

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Teori Determinasi Diri .....	13
2.2 Gamifikasi .....	15
2.3 Keterlibatan Merek.....	16
2.4 Ekuitas Merek.....	17
2.5 Pengaruh Nilai Hedonis pada Keterlibatan Merek Emosional.....	19
2.6 Pengaruh Nilai Utilitarian pada Keterlibatan Merek Kognitif .....	20
2.7 Pengaruh Nilai Sosial pada Keterlibatan Merek Sosial.....	21
2.8 Pengaruh Waktu/Usaha pada Keterlibatan Merek Kognitif.....	23
2.9 Pengaruh Keterlibatan Merek Emosional pada Kesadaran Merek.....	25
2.10 Pengaruh Keterlibatan Merek Emosional pada Loyalitas Merek.....	26
2.11 Pengaruh Keterlibatan Merek Kognitif pada Kesadaran Merek .....	27
2.12 Pengaruh Keterlibatan Merek Kognitif pada Loyalitas Merek .....	29

2.13	Pengaruh Keterlibatan Merek Sosial pada Kesadaran Merek .....	30
2.14	Pengaruh Keterlibatan Merek Sosial pada Loyalitas Merek .....	31
2.15	Model Penelitian.....	32
BAB III .....		37
METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Strategi Penelitian.....	37
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran .....	38
3.2.1	Nilai Hedonis .....	38
3.2.2	Nilai Utilitarian .....	38
3.2.3	Nilai Sosial .....	39
3.2.4	Waktu/Usaha .....	40
3.2.5	Keterlibatan Merek Emosional .....	40
3.2.6	Keterlibatan Merek Kognitif .....	41
3.2.7	Keterlibatan Merek Sosial.....	42
3.2.8	Kesadaran Merek .....	42
3.2.9	Loyalitas Merek .....	43
3.2.1	Skala Pengukuran.....	44
3.3	Desain Pengambilan Sampel .....	44
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.3.2	Populasi .....	45
3.3.3	Unit Sampel.....	45
3.3.4	Ukuran Sampel.....	46
3.3.5	Daerah Sebaran Kuesioner .....	46
3.4	Skema Penyebaran Kuesioner .....	46
3.5	Profil Responden .....	47
3.6	Objek Penelitian .....	49
3.7	Metode Pengumpulan Data .....	68
3.8	Instrumen Penelitian .....	69
3.9	Metode Analisis Data .....	70
3.7.1	PLS – SEM.....	70
3.7.2	Evaluasi Model Pengukuran .....	71
3.7.3	Evaluasi Model Struktural.....	74

3.7.4	Model Fit.....	75
3.7.5	Tingkat Signifikansi .....	75
3.7.6	Prosedur Pengujian Hipotesis .....	76
BAB IV	.....	78
ANALISIS DATA	.....	78
4.1	Kualitas Data Penelitian .....	78
4.1.1	Statistik Deskriptif .....	78
4.1.2	Matrik Korelasi .....	79
4.2	Evaluasi Model Pengukuran.....	81
4.2.1	Uji Reliabilitas .....	81
4.2.2	Uji Validitas Konvergen .....	81
4.2.3	Uji Validitas Diskriminan .....	84
4.3	Evaluasi Model Struktural.....	85
4.3.1	R Square .....	85
4.3.2	f Square .....	86
4.4	Uji Kecocokan Model .....	87
4.4.1	SRMR.....	88
4.4.2	NFI .....	88
4.4.3	rms Theta.....	88
4.5	Pengujian Hipotesis .....	89
4.5.1	Hipotesis Satu (H1).....	90
4.5.2	Hipotesis Dua (H2) .....	93
4.5.3	Hipotesis Tiga (H3).....	95
4.5.4	Hipotesis Empat (H4).....	98
4.5.5	Hipotesis Lima (H5).....	101
4.5.6	Hipotesis Enam (H6).....	103
4.5.7	Hipotesis Tujuh (H7) .....	106
4.5.8	Hipotesis Delapan (H8).....	108
4.5.9	Hipotesis Sembilan (H9) .....	110
4.5.10	Hipotesis Sepuluh (H10) .....	113
4.6	Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis .....	115
BAB V	.....	118

KESIMPULAN .....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Implikasi Manajerial.....	120
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	126
5.4 Arahan Penelitian Mendatang .....	126
DAFTAR PUSTAKA .....	128
LAMPIRAN.....	131

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Profil Responden .....	47
Tabel 3. 2 Timeline Penelitian .....	68
Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskriptif .....	78
Tabel 4. 2 Hasil Uji Korelasi Antar Variabel .....	80
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4. 4 Hasil Uji Outer Loadings .....	82
Tabel 4. 5 Hasil Uji AVE .....	83
Tabel 4. 6 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion .....	84
Tabel 4. 7 Hasil Uji HTMT .....	85
Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi .....	86
Tabel 4. 9 Hasil Uji f Square .....	87
Tabel 4. 10 Fit Summary .....	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji RMS Theta .....	89
Tabel 4. 12 Koefisien Jalur .....	89
Tabel 4. 13 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian Xi dan Hamari (2020) .....	32
Gambar 2. 2 Model Penelitian Yu dan Huang (2021) .....	35
Gambar 2. 3 Model Penelitian Final .....	36
Gambar 3. 1 Shopee Check-in .....	52
Gambar 3. 2 LazCoins.....	53
Gambar 3. 3 Shopee Lucky Price.....	54
Gambar 3. 4 Tokopedia Tap-Tap Kotak .....	55
Gambar 3. 5 Blibli Kotak Berkah .....	56
Gambar 3. 6 Lazada Lucky Egg.....	57
Gambar 3. 7 Bukalapak Bonus Beruntun.....	58
Gambar 3. 8 Bukalapak Roda Rejeki.....	59
Gambar 3. 9 Shopee Tanam .....	60
Gambar 3. 10 Tokopedia Panen Telur .....	61
Gambar 3. 11 Tokopedia TopQuest.....	62
Gambar 3. 12 Shopee Ajak Teman .....	63
Gambar 3. 13 Lazada Ajak Teman .....	64
Gambar 3. 14 Tokopedia Undang Untung .....	64
Gambar 3. 15 Blibli Ajak Teman.....	65
Gambar 3. 16 Shopee Loyalty.....	66
Gambar 3. 17 Tokopedia Membership .....	67
Gambar 3. 18 Blibli Membership.....	67
Gambar 3. 19 PLS-SEM dari Model Riset.....	71
Gambar 4. 1 Hasil Uji Hipotesis .....	90

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	131
Lampiran 3: Hasil Uji Korelasi Pearson .....	141
Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas .....	142
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Konvergen .....	143
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas Diskriminan .....	144
Lampiran 7: Hasil Uji Evaluasi Model Struktural .....	145
Lampiran 8: Hasil Uji Kecocokan Model .....	145
Lampiran 9: Hasil Pengujian Hipotesis .....	146