

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Riset.....	9
1.4 Tujuan Riset	9
1.5 Lingkup Riset	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Pelibatan Merek.....	11
2.2 Keahlian	12
2.3 Kepercayaan.....	13
2.4 Daya Tarik Fisik.....	14
2.5 Keakraban.....	15
2.6 Ketersukaan.....	16
2.7 Kemiripan.....	17
2.8 Pengaruh Keahlian Pada Pelibatan Merek	18
2.9 Pengaruh Kepercayaan pada Pelibatan Merek	20
2.10 Pengaruh Daya Tarik Fisik pada Pelibatan Merek.....	22
2.11 Pengaruh Keakraban pada Pelibatan Merek.....	24



2.12	Pengaruh Ketersukaan pada Pelibatan Merek	26
2.13	Pengaruh Kemiripan pada Pelibatan Merek	28
BAB III METODE Riset		33
3.1	Pendekatan Riset	33
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	33
3.2.1	Pelibatan Merek (<i>Brand Engagement</i>)	34
3.2.2	Keahlian (<i>Expertise</i>)	34
3.2.3	Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	35
3.2.4	Daya Tarik Fisik (<i>Physical Attractiveness</i>)	36
3.2.5	Keakraban (<i>Familiarity</i>)	36
3.2.6	Ketersukaan (<i>Likability</i>)	36
3.2.7	Kemiripan (<i>Similarity</i>)	37
3.3	Desain Pengambilan Sampel	37
3.4	Skema Penyebaran Kuesioner	38
3.5	Profil Responden	38
3.6	Objek Riset	40
3.7	Metode Pengumpulan Data	42
3.8	Instrumen Riset	42
3.8.1	Surat Pengantar	43
3.8.2	Pertanyaan Demografi Responden	43
3.8.3	Pertanyaan Pengukuran Variabel	43
3.9	Metode Analisis Data	44
3.9.1	Evaluasi Model Pengukuran	45
3.9.2	Evaluasi Model Struktural	47
3.9.3	Ketepatan Model (<i>Model Fit</i>)	48
3.9.4	Pengujian Hipotesis	49
BAB IV ANALISIS DATA		50
4.1	Kualitas Data Riset	50
4.1.1	Statistik Deskriptif	50
4.1.2	Matriks Korelasi	51
4.2	Evaluasi Model Pengukuran	53



4.2.1	Uji Reliabilitas	53
4.2.2	Uji Validitas Konvergen	53
4.2.3	Uji Validitas Diskriminan	55
4.3.	Evaluasi Model Struktural	56
4.3.1	<i>R-square</i> dan <i>F-square</i> (<i>Effect Size</i>)	56
4.4	Uji Kecocokan Model (<i>Model Fit</i>)	58
4.5	Pengujian Hipotesis	58
4.5.1	Pengujian Hipotesis Pertama	61
4.5.2	Pengujian Hipotesis Kedua	64
4.5.3	Pengujian Hipotesis Ketiga	67
4.5.4	Pengujian Hipotesis Keempat	70
4.5.5	Pengujian Hipotesis Kelima	73
4.5.6	Pengujian Hipotesis Keenam	76
4.6	Ringkasan Pengujian Hipotesis	80
BAB V KESIMPULAN		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Implikasi Manajerial	84
5.3	Keterbatasan Riset	85
5.4	Arahan Riset Mendatang	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek <i>FMCG</i> Pilihan di Indonesia 2022.....	3
Tabel 1.2 Top Brand Index Mi Instan Dalam Kemasan <i>Bag</i> 2022.....	4
Tabel 3.1 Profil Responden.....	38
Tabel 4. 1 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif.....	50
Tabel 4. 2 Matriks Korelasi Antar Variabel (<i>Pearson Correlation</i>).....	52
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 4 Hasil Perhitungan <i>Outer Loadings</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	54
Tabel 4. 5 Uji Validitas Diskriminan Dengan Metode <i>Fornell-Larcker</i>	55
Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	56
Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan <i>F-Square</i>	57
Tabel 4. 8 Hasil Perhitungan <i>Model Fit</i>	58
Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan <i>Path Coefficients</i>	59
Tabel 4. 10 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Mi Instan di Indonesia dari Tahun ke Tahun 2014-2021.....	2
Gambar 1.2 Skala Peningkatan Pengguna Aktif <i>TikTok</i> 2021 - 2022.....	5
Gambar 2.1 Model Riset.....	32
Gambar 3.1 Profil Akun Media Sosial Indomie di <i>TikTok</i>	41
Gambar 3.2 Tingkat Pelibatan Audiens pada Akun Indomie di <i>TikTok</i>	42
Gambar 4.1 Model Riset Pengujian Hipotesis.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Riset.....	99
Lampiran 2 Analisis Statistik Deskriptif	108
Lampiran 3 Matriks Korelasi Antar Variabel.....	110
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	111
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Konvergen (<i>Outer Loading</i>).....	112
Lampiran 6 Uji Validitas Diskriminan (<i>Fornell-Larcker</i>).....	114
Lampiran 7 Hasil <i>R-square</i> and <i>F-square</i>	115
Lampiran 8 Hasil <i>Model Fit</i>	116
Lampiran 9 Hasil <i>Path Coefficient</i>	116
Lampiran 10 <i>Framework</i>	117
Lampiran 11 Hasil Model PLS <i>Algorithm</i>	117
Lampiran 12 Hasil <i>Bootstrapping</i>	118