

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kontribusi Penelitian.....	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Pemasaran Video Pendek.....	12
2.2 Karakteristik Konten Video Pendek pada Merek.....	14
2.3 Keterikatan Konsumen.....	16
2.4 Niat Beli Konsumen Generasi Z.....	17
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	23
2.6.1 Pengaruh Kesesuaian Konten Video Pendek TikTok pada Keterikatan Konsumen.....	23
2.6.2 Pengaruh Emosional pada Konten Video Pendek TikTok pada Keterikatan Konsumen.....	25

2.6.3	Pengaruh Kerelevansian Informasi dalam Konten Video Pendek TikTok pada Keterikatan Konsumen	26
2.6.4	Pengaruh <i>Storytelling</i> dalam Konten Video Pendek TikTok pada Keterikatan Konsumen	28
2.6.5	Pengaruh Keterikatan Konsumen pada Niat Beli Generasi Z	29
2.7	Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Definisi Operasional	33
3.2.1	Kesesuaian Konten	33
3.2.2	Emosionalitas.....	34
3.2.3	Relevansi Informasi.....	35
3.2.4	<i>Storytelling</i>	36
3.2.5	Keterikatan Konsumen	37
3.2.6	Niat Beli Konsumen Generasi Z.....	38
3.3	Desain Sampel.....	39
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel.....	39
3.3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.3.3	Ukuran Sampel.....	40
3.4	Lokasi Penelitian	41
3.5	Objek Penelitian	41
3.6	Metode Pengumpulan Data	41
3.7	Pengujian Instrumen	42
3.7.1	Uji Validitas.....	42
3.7.2	Uji Reliabilitas	44
3.8	Metode Analisis Data.....	45
3.8.1	Model Jalur.....	46
3.8.2	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	46
3.8.3	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	47
3.8.4	Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	49

4.2	Analisis Deskriptif.....	49
4.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
4.3.1	Uji Validitas.....	52
4.3.2	Uji Reliabilitas	57
4.4	Profil Responden.....	58
4.5	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	59
4.5.1	Uji Kolinieritas.....	59
4.5.2	Koefisien Jalur	60
4.5.3	Evaluasi Koefisien Determinasi (R²)	61
4.5.4	Evaluasi Pengaruh Ukuran (f²).....	62
4.5.5	Evaluasi Predictive Relevance (Q²)	63
4.5.6	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	64
4.6	Pengujian Hipotesis	65
4.6.1	Pengujian Hipotesis Satu: Kesesuaian Konten dalam Video Pendek Berpengaruh Positif pada Keterikatan Konsumen	66
4.6.2	Pengujian Hipotesis Dua: Emosional dalam Konten Video Pendek Berpengaruh Positif pada Keterikatan Konsumen	66
4.6.3	Pengujian Hipotesis Tiga: Relevansi Informasi dalam Konten Video Pendek Berpengaruh Positif pada Keterikatan Konsumen	67
4.6.4	Pengujian Hipotesis Empat: Storytelling dalam Video Pendek Berpengaruh Positif pada Keterikatan Konsumen	68
4.6.5	Pengujian Hipotesis Lima: Keterikatan Konsumen dalam Konten Video Pendek Berpengaruh Positif pada Niat Beli Konsumen Generasi Z....	69
4.7	Hasil Penelitian.....	70
BAB V SIMPULAN.....		71
5.1	Simpulan Penelitian	71
5.2	Implikasi Manajerial.....	73
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN.....		84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.5.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.2.1 Pengukuran Variabel Kesesuaian Konten	34
Tabel 3.2.2 Pengukuran Variabel Emosional	35
Tabel 3.2.3 Pengukuran Variabel Relevansi Informasi	36
Tabel 3.2.4 Pengukuran Variabel Storytelling.....	37
Tabel 3.2.5 Pengukuran Variabel Keterikatan Konsumen.....	38
Tabel 3.2.6 Pengukuran Variabel Niat Beli Konsumen Generasi Z.....	39
Tabel 3.7.1 Tingkat Keandalan berdasarkan Cronbach's Alpha (a).....	45
Tabel 4.2.1 Analisis Deskriptif	49
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan Outer Loading.....	52
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Validitas dengan AVE.....	55
Tabel 4.3.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Fomell Larcker	55
Tabel 4.3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Cross Loading.....	56
Tabel 4.3.5 Hasil Uji Reliability (Cronbach's Alpha & Composite Reliability)	57
Tabel 4.4.1 Profil Responden	58
Tabel 4.5.1 Hasil Pengujian Faktor Inflasi Varian Konstruk (VIF).....	60
Tabel 4.5.2 Hasil Pengujian Bootstrapping	61
Tabel 4.5.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R2).....	61
Tabel 4.5.4 Nilai f-square (f2).....	63
Tabel 4.5.5 Hasil Nilai Q2 Predictive	64
Tabel 4.5.6 Hasil Evaluasi Performa Model Goodness of Fit.....	64
Tabel 4.6.1 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7.1 Model Penelitian	31
Gambar 4.3.1 Evaluasi Outer Model.....	54
Gambar 4.7.1 Hasil Penelitian	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	84
Lampiran 2 Pre-Test Sampel Kecil (40 sampel).....	90