

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Praktis.....	14
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	15
1.6.1 Objek Penelitian.....	16
1.6.2 Subjek Penelitian.....	16
1.6.3 Lokasi Penelitian.....	16
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Teori <i>Consumption Value</i>	17
2.2 Teori <i>Experiential Perspective of Consumption</i>	19
2.3 Tinjauan Pustaka.....	20
2.3.1 Pemasaran Konten Digital.....	20
2.3.2 Persepsi Nilai dalam Pemasaran Konten Digital.....	21
2.3.3 Evaluasi Pengalaman.....	26
2.3.4 Loyalitas Merek.....	27
2.3.5 Kepercayaan Merek.....	28
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.4.1 Pengaruh Nilai Informatif terhadap Evaluasi Pengalaman.....	29
2.4.2 Pengaruh Nilai Hiburan terhadap Evaluasi Pengalaman.....	30

2.4.3 Pengaruh Nilai Sosial terhadap Evaluasi Pengalaman.....	32
2.4.4 Pengaruh Nilai Fungsional terhadap Evaluasi Pengalaman.....	33
2.4.5 Pengaruh Evaluasi Pengalaman terhadap Loyalitas Merek.....	34
2.4.6 Efek Mediasi Kepercayaan Merek pada Hubungan Evaluasi Pengalaman dan Loyalitas Merek.....	35
2.5 Model Penelitian.....	37
BAB III. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	38
3.2.1 Nilai Informatif.....	39
3.2.2 Nilai Hiburan.....	39
3.2.3 Nilai Sosial.....	40
3.2.4 Nilai Fungsional.....	40
3.2.5 Evaluasi Pengalaman.....	41
3.2.6 Kepercayaan Merek.....	41
3.2.7 Loyalitas Merek.....	42
3.3 Desain Pengambilan Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.3.3 Ukuran Sampel.....	44
3.3.4 Lokasi Penelitian.....	45
3.4 Instrumen Penelitian.....	45
3.4.1 Bagian Pertama (Pembuka).....	46
3.4.2 Bagian Kedua (Profil Responden).....	46
3.4.3 Bagian Ketiga (Indikator Penelitian).....	46
3.4.4 Bagian Keempat (Penutup).....	47
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6 Metode Analisis Data.....	47
3.6.1 Partial Least Square (PLS-SEM).....	47
3.6.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	48
3.6.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Profil Responden.....	54
4.2 Statistik Deskriptif.....	56
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	60
4.3.1 Uji Validitas.....	60
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	65

4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
4.4.1 Uji Multikolinearitas.....	66
4.4.2 <i>R-Square</i> (R^2).....	68
4.4.3 <i>f-Square</i> (f^2).....	69
4.4.4 Uji Kecocokan Model (<i>Model Fit</i>).....	70
4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	71
4.5.1 Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	73
4.5.2 Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	87
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	89
BAB V. SIMPULAN.....	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Implikasi Penelitian.....	94
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	94
5.2.2 Implikasi Praktis.....	96
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.4 Arahan Penelitian Mendatang.....	99
Daftar Pustaka.....	101
Lampiran.....	110