

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Persetujuan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Lembar Pernyataan Karya Tulis.....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xv</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xvi</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xvii</b>
<b><i>Abstract</i> .....</b>	<b>xviii</b>
<b>Bab I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Ruang Lingkup.....	10

<b>Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>12</b>
2.1 Komunitas Merek Daring dan Media Sosial .....	12
2.2 Keterikatan Daring Konsumen .....	14
2.3 Profil Variabel .....	16
2.3.1 Kegunaan Yang Dipersepsikan .....	16
2.3.2 Kemudahan Penggunaan Yang Dipersepsikan .....	17
2.3.3 Pengaruh Sosial .....	17
2.3.4 Keterikatan Dengan Merek .....	18
2.3.5 Sikap Terhadap Merek .....	18
2.3.6 Niat Pembelian .....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	19
2.4.1 Kegunaan yang Dipersepsikan dan Sikap Terhadap Merek .....	20
2.4.2 Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan dan Sikap Terhadap Merek .....	20
2.4.3 Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan dan Kegunaan yang dipersepsikan .....	21
2.4.4 Pengaruh Sosial dan Sikap Terhadap Merek .....	21
2.4.5 Keterikatan dengan Merek dan Sikap Terhadap Merek .....	22
2.4.6 Sikap Terhadap Merek dan Niat pembelian .....	22
2.4.7 Pengaruh Sosial dan Niat pembelian .....	23
2.4.8 Keterikatan Dengan Merek dan Niat pembelian .....	23
2.5 Model Penelitian .....	24
<b>Bab III Metode Penelitian .....</b>	<b>26</b>
3.1 Strategi Penelitian .....	26
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran .....	27
3.2.1 Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan .....	27
3.2.2 Kegunaan yang Dipersepsikan .....	27
3.2.3 Pengaruh Sosial .....	28
3.2.4 Keterikatan dengan Merek .....	29
3.2.5 Sikap terhadap Merek .....	30
3.2.6 Niat pembelian .....	30
3.3 Desain Pengambilan Sampel .....	31
3.4 Objek Penelitian .....	32

3.5 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.6 Instrumen Penelitian.....	36
3.8 Pengujian Instrumen.....	36
3.8.1 Uji Kecukupan Sampel .....	37
3.9.2 Uji Validitas .....	37
3.9.3 Uji Reliabilitas .....	38
3.9 Analisis Data .....	38
3.9.1 Metode Analisis Data.....	38
3.9.2 Uji Kelayakan Model .....	40
3.9.2 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.9.3 Uji Hipotesis .....	41
3.10 Pre-test Penelitian.....	43
<b>Bab IV Analisis Data.....</b>	<b>46</b>
4.1 Profil Responden.....	46
4.2 Kualitas Data Penelitian .....	48
4.2.1 Uji Kecukupan Sampel .....	48
4.2.2 Uji Validitas .....	49
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	50
4.2.4 Statistik Deskriptif .....	51
4.2.5 Uji Multikolinearitas .....	53
4.3 Hasil Uji Kelayakan Model.....	54
4.3.1 Model Regresi Pertama .....	54
4.3.2 Model Regresi Kedua.....	55
4.3.4 Model Regresi Ketiga .....	57
4.4 Pengujian Hipotesis.....	59
4.4.1 Hipotesis 1 .....	59
4.4.2 Hipotesis 2.....	60
4.4.3 Hipotesis 3.....	61
4.4.4 Hipotesis 4.....	62
4.4.5 Hipotesis 5.....	63
4.4.6 Hipotesis 6.....	64
4.4.7 Hipotesis 7.....	65
4.4.8 Hipotesis 8.....	66

4.4.9 Ringkasan Pengujian Seluruh Hipotesis .....	67
<b>Bab V Penutup .....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Implikasi Manajerial .....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	73
5.4 Arahan Penelitian Mendatang .....	74
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>79</b>
1. Lembar Kuesioner Penelitian .....	79
2. Uji Kecukupan Ukuran Sampel .....	85
3. Uji Reliabilitas .....	89
4. Statistik Deskriptif .....	92
5. Uji Multikolinearitas .....	93
6. Uji Hipotesis .....	95