

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| INTISARI..... | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 11 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.5 Lingkup Penelitian | 12 |
| 1.5.1 Batasan Model Penelitian..... | 12 |
| 1.5.2 Batasan Objek Penelitian..... | 13 |
| 1.5.3 Batasan Lokasi Penelitian | 13 |
| 1.5.4 Batasan Waktu Penelitian..... | 13 |
| | |
| BAB II | 14 |
| LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 14 |
| 2.1. Proses Pengambilan Keputusan | 14 |
| 2.1.2 Niat Untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan (<i>Intention to Purchase Recommended Brands</i>)..... | 16 |
| 2.1.3 Pengaruh yang Diterima (<i>Perceived Influence</i>)..... | 17 |



| | |
|---|-----------|
| 2.1.4 Pelibatan Merek dalam Konsep Diri (<i>Brand Engagement in Self Concept</i>) | 17 |
| 2.1.5 Ekspektasi Nilai Merek (<i>Brand Expected Value</i>) | 18 |
| 2.2 Pengembangan Hipotesis | 19 |
| 2.2.1 Hubungan antara variabel Pengaruh yang Diterima dan variabel Pelibatan Merek dalam Konsep Diri | 19 |
| 2.2.2 Hubungan antara variabel Pengaruh yang Diterima dan variabel Ekspektasi Nilai Merek | 20 |
| 2.2.3 Hubungan antara Variabel Pengaruh yang Diterima dan Variabel Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan | 20 |
| 2.2.4 Hubungan antara variabel Pelibatan Merek dalam Konsep Diri dan variabel Ekspektasi Nilai Merek | 21 |
| 2.2.5 Hubungan antara variabel Pelibatan Merek dalam Konsep Diri dan variabel Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan | 22 |
| 2.2.6 Hubungan antara variabel Ekspektasi Nilai Merek dan variabel Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan | 23 |
| 2.2.7 Hubungan mediasi Pelibatan Merek dalam Konsep Diri dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan oleh Ekspektasi nilai merek | 24 |
| 2.2.8 Hubungan mediasi Pengaruh yang Diterima dan Ekspektasi Nilai Merek oleh Pelibatan Merek dalam Konsep Diri | 25 |
| 2.2.9 Hubungan mediasi Pengaruh yang Diterima dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan oleh Pelibatan Merek dalam Konsep Diri | 26 |
| 2.3 Model Penelitian | 27 |
| BAB III | 29 |
| METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Strategi Penelitian | 29 |
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 30 |
| 3.2.1 Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan (<i>Intention to purchase recommended brands</i>) | 30 |
| 3.2.2 Pengaruh yang Diterima (<i>Perceived Influence</i>) | 31 |
| 3.2.3 Pelibatan Merek Dalam Konsep Diri | 33 |



| | |
|--|-----------|
| 3.2.4 Ekspektasi Nilai Merek (<i>Brand Expected Value</i>) | 35 |
| 3.3 Desain Pengambilan Sampel..... | 36 |
| 3.3.1 Metode Pengambilan Sampel | 36 |
| 3.3.2 Populasi dan Unit Sampel | 36 |
| 3.3.3 Ukuran Sampel | 38 |
| 3.3.4 Lokasi Penelitian..... | 39 |
| 3.4 Objek Penelitian | 40 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.6 Instrumen Penelitian..... | 43 |
| 3.7 Pengujian Instrumen Penelitian..... | 44 |
| 3.7.1 Uji Validitas..... | 44 |
| 3.7.1.1 Uji Validitas Konvergen | 46 |
| 3.7.1.2 Uji Validitas Diskriminan | 47 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 49 |
| 3.8 Analisis Data | 51 |
| 3.8.1 Metode Analisis Data..... | 51 |
| 3.8.2 Uji Model Pengukuran | 52 |
| 3.8.3 Uji Model Struktural | 52 |
| 3.8.4 Tingkat Signifikansi..... | 53 |
| 3.8.5 Prosedur Pengujian Hipotesis..... | 53 |
| BAB IV | 54 |
| ANALISIS DATA | 54 |
| 4.1 Deskripsi Data..... | 54 |
| 4.1.1 Profil Responden..... | 54 |
| 4.2 Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 55 |
| 4.2.1 Uji Validitas..... | 56 |
| 4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen | 56 |
| 4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan | 56 |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas | 56 |



| | |
|---|-----------|
| 4.3 Statistik Deskriptif..... | 57 |
| 4.4 Analisis Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 61 |
| 4.4.1 Koefisien determinasi (<i>R-square</i>) | 61 |
| 4.4.2 Hasil Pemrosesan Data..... | 63 |
| 4.4.3 Uji hipotesis..... | 66 |
| 4.4.3.1 Uji Hipotesis Mediasi | 67 |
| 4.4.3.2 Ringkasan Uji Hipotesis | 68 |
| 4.5 Pembahasan..... | 74 |
| 4.5.1 Hubungan antara Pengaruh yang Diterima dan Pelibatan Merek dalam Konsep Diri | 75 |
| 4.5.2 Hubungan antara Pengaruh yang Diterima dan Ekspektasi Nilai Merek... 76 | |
| 4.5.3 Hubungan antara Pengaruh yang Diterima dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan..... | 77 |
| 4.5.4 Hubungan antara Pelibatan Merek dalam Konsep Diri dan Ekspektasi Nilai Merek..... | 78 |
| 4.5.5 Hubungan antara Pelibatan Merek dalam Konsep Diri dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan..... | 79 |
| 4.5.6 Hubungan antara Ekspektasi Nilai Merek dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan..... | 80 |
| 4.5.7 Hubungan mediasi Pelibatan Merek dalam Konsep Diri dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan oleh Ekspektasi nilai merek | 81 |
| 4.5.8 Hubungan mediasi Pengaruh yang Diterima dan Ekspektasi Nilai Merek oleh Pelibatan Merek dalam Konsep Diri | 82 |
| 4.5.9 Hubungan mediasi Pengaruh yang Diterima dan Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan oleh Pelibatan Merek dalam Konsep Diri..... | 82 |
| BAB V..... | 84 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 84 |
| 5.1 Kesimpulan | 84 |
| 5.2 Implikasi Manajerial..... | 86 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 89 |
| 5.4 Arah Penelitian Mendatang | 90 |



| | |
|----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 91 |
| LAMPIRAN 1 | 103 |
| LAMPIRAN 2 | 109 |
| LAMPIRAN 3 | 113 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3. 1 Item Pengukuran Niat untuk Membeli Merek yang Direkomendasikan . | 30 |
| Tabel 3. 2 Item Pengukuran Variabel Pengaruh yang Diterima..... | 32 |
| Tabel 3. 3 Item Pengukuran Variabel Pelibatan Merek dalam Konsep Diri..... | 34 |
| Tabel 3. 4 Item Pengukuran Variabel Ekspektasi Nilai Merek..... | 35 |
| Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Outer Loading</i> | 46 |
| Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan AVE..... | 47 |
| Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i> | 47 |
| Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Akar AVE..... | 49 |
| Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Perbandingan Akar AVE dengan Korelasi Variabel Laten..... | 49 |
| Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 50 |
| Tabel 4. 1 Profil Responden..... | 54 |
| Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif..... | 57 |
| Tabel 4. 3 Ringkasan Statistik Deskriptif..... | 58 |
| Tabel 4. 4 Nilai <i>R-square</i> | 62 |
| Tabel 4. 5 Koefisien Jalur pada Pengujian Model Struktural Error! Bookmark not defined. | |
| Tabel 4. 6 Koefisien Jalur Model Struktural Mediasi..... | 67 |
| Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis..... | 68 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Model Penelitian..... | 27 |
| Gambar 3. 1 Peta Indonesia..... | 39 |
| Gambar 3. 2 Profil Instagram Tasya Farasya..... | 41 |
| Gambar 3. 3 Profil Instagram Abel Cantika..... | 42 |
| Gambar 3. 4 Profil Instagram Rachel Goddard..... | 42 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Olah Data Model Pengukuran (*Outer Model*) dengan SmartPLS versi 3.2.8

Lampiran 3 Hasil Olah Data Model Struktural (*Inner Model*) dengan SmartPLS versi 3.2.8