

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Surat Keterangan Lembar Persetujuan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Abstraksi	xiii
Abstract	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.2.1 Kesenjangan Teoritis Pertama	16
1.2.2 Kesenjangan Teoritis Kedua	21
1.2.3 Kesenjangan Teoritis Ketiga	25
1.2.4 Kesenjangan Empiris	27
1.3 Pertanyaan Penelitian	32
1.4 Tujuan Penelitian	33
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	34
1.6 Kontribusi Penelitian	36
1.7 Sistematika Penulisan	38
BAB 2 TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS	40
2.1 Teori Keterlekatan	40
2.2 Keterhubungan Konsumen-Merek	43
2.3 Keterlekatan Merek	46

2.4	Merek Ekspresi-Diri	48
2.5	Kecintaan Merek	51
2.6	Perilaku Keterikatan Pelanggan	54
2.7	Intensitas Kunjungan	58
2.8	Pengaruh Keterlekatan Merek pada Kecintaan Merek	61
2.9	Pengaruh Merek Ekspresi-Diri pada Kecintaan Merek	64
2.10	Pengaruh keterlekatan Merek pada Perilaku Keterikatan Pelanggan di Media Sosial	67
2.11	Pengaruh Merek Ekspresi-Diri pada Perilaku Keterikatan Pelanggan di Media Sosial	70
2.12	Pengaruh Kecintaan Merek pada Perilaku Keterikatan Pelanggan di Media Sosial	73
2.13	Intensitas Kunjungan Media Sosial memperkuat Kecintaan Merek pada Perilaku Keterikatan Pelanggan di Media Sosial	76
2.14	Model Penelitian	79
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		91
3.1	Paradigma Penelitian	91
3.2	Strategi Penelitian	92
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran	99
3.3.1	Keterlekatan Merek	99
3.3.2	Merek Ekspresi-Diri	100
3.3.3	Kecintaan Merek	100
3.3.4	Intensitas Kunjungan Merek	101
3.3.5	Perilaku Keterikatan Pelanggan	102
3.4	Desain Pengambilan Sampel	102
3.4.1	Populasi	102
3.4.2	Teknik Pengambilan Sampel	103

3.4.3	Menentukan Ukuran Sampel	105
3.5	Metode Pengumpulan Data	105
3.6	Instrumen Penelitian	106
3.7	Pengujian Instrumen	108
3.7.1	Pengujian Validitas	108
3.7.2	Pengujian Reliabilitas	110
3.8	Uji Pendahuluan	110
3.9	Hasil Pengujian Validitas Diskriminan dan Validitas Konvergensi	112
3.10	Hasil Pengujian Reliabilitas	116
3.11	Analisis Data	117
3.12	Analisis Multigrup	122
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	124
4.1	Pengumpulan Data dan Distribusi Kuesioner	124
4.1.1	Pengumpulan Data	124
4.1.2	Distribusi Kuesioner	124
4.2	Karakteristik Responden	126
4.3	Evaluasi Model Pengukuran	130
4.4	Karakteristik Data Penelitian	137
4.4.1	Statistik Deskriptif	137
4.4.2	Hasil Uji Normalitas Data	138
4.5	Model Struktural	141
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	145
4.6.1	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 1	146
4.6.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 2	152
4.6.3	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 3	157
4.6.4	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 4	164
4.6.5	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 5	169

4.7	Hasil Pengujian Hipotesis pada Variabel Moderasi dengan Analisis	
	SEM Multigrup	176
4.7.1	Pengujian Model Struktural dan Estimasi SEM pada	
	Variabel Moderasi	179
4.7.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 6	183
4.8	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	189
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	193
5.1	Simpulan	193
5.2	Kontribusi Penelitian	196
5.2.1	Kontribusi Teoritis	196
	5.2.1.1 Kontribusi Teoritis Pertama	197
	5.2.1.2 Kontribusi Teoritis Kedua	198
	5.2.1.3 Kontribusi Teoritis Ketiga	200
5.2.2	Kontribusi Praktis	201
5.3	Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	205
DAFTAR	PUSTAKA	207
LAMPIRAN	226