

## DAFTAR ISI

TESIS .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Dasar Teori .....	15
2.1.1 Variabel <i>Social Media Marketing Activities</i> .....	16
2.1.2 Variabel <i>Clinic Image</i> .....	19
2.1.3 Variabel <i>Visit Intention</i> .....	21
2.1.4 Variabel <i>Personality Trait</i> .....	23
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	24
2.2.1 Kaitan antara <i>attractiveness</i> pada <i>social media marketing activities</i> dengan <i>clinic image</i> .....	24
2.2.2 Kaitan antara <i>functional information</i> pada <i>social media marketing</i> <i>activities</i> dengan <i>clinic image</i> .....	26
2.2.3 Kaitan antara <i>interaction</i> pada <i>social media marketing activities</i> dengan <i>clinic image</i> .....	27
2.2.4 Kaitan antara <i>electronic word of mouth (E-WOM)</i> pada <i>social media</i> <i>marketing activities</i> dengan <i>clinic image</i> .....	28
2.2.5 Kaitan antara <i>customization</i> pada <i>social media marketing activities</i> dengan <i>clinic image</i> .....	29

2.2.6 Kaitan antara <i>trendiness</i> pada <i>social media marketing activities</i> dengan <i>clinic image</i> .....	30
2.2.7 Kaitan antara <i>agreeableness</i> dalam <i>personality trait</i> pada hubungan antara <i>clinic image</i> terhadap <i>visit intention</i> .....	31
2.2.8 Kaitan antara <i>consciousness</i> dalam <i>personality trait</i> pada hubungan antara <i>clinic image</i> terhadap <i>visit intention</i> .....	32
2.2.9 Kaitan antara <i>clinic image</i> dengan <i>visit intention</i> .....	33
2.3 Kerangka Konseptual .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1 Objek Penelitian .....	36
3.2 Unit Analisis .....	37
3.3 Tipe Penelitian.....	37
3.4 Pengukuran Variabel Penelitian .....	38
3.4.1 Skala Pengukuran Variabel.....	39
3.4.2 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	40
3.5 Populasi dan Sampel .....	44
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	44
3.5.2 Metode Pengambilan Sampel .....	46
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.6.1 Data Primer .....	47
3.6.2 Data Sekunder.....	48
3.7 Metode Analisis Data .....	48
3.7.1 Analisis Model pada PLS-SEM.....	49
3.7.1.1 <i>Outer Model</i> .....	49
3.7.1.2 <i>Inner Model</i> .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>53</b>
4.1 Profil Demografi Responden.....	53
4.2 Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1 Variabel <i>Attractiveness</i> .....	55
4.2.2 Variabel <i>Functional Information</i> .....	57
4.2.3 Variabel <i>Interaction</i> .....	59
4.2.4 Variabel <i>EWOM</i> .....	60
4.2.5 Variabel <i>Customization</i> .....	62
4.2.6 Variabel <i>Trendiness</i> .....	64

4.2.7 Variabel <i>Agreeableness</i> .....	65
4.2.8 Variabel <i>Consciousness</i> .....	67
4.2.9 Variabel <i>Clinic Image</i> .....	69
4.2.10 Variabel <i>Visit Intention</i> .....	70
4.3 Analisis Inferensial .....	71
4.3.1 Hasil <i>Outer Model</i> .....	72
4.3.1.1 <i>Indicator Reliability</i> .....	73
4.3.1.2 <i>Construct Reliability</i> .....	75
4.3.1.3 <i>Construct Validity</i> .....	76
4.3.1.4 <i>Discriminant Validity</i> .....	77
4.3.2 Hasil <i>Inner Model</i> (Model Struktural) .....	79
4.3.2.1 Multikolinieritas .....	81
4.3.2.2 Koefisien Determinan ( <i>R-Squared</i> ) .....	82
4.3.2.3 <i>Effect Size</i> ( <i>f-Squared</i> ) .....	83
4.3.2.4 Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ dan $Q^2_{predict}$ ) .....	85
4.3.2.5 Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	87
4.3.2.5.1 Pengaruh <i>Attractiveness</i> terhadap <i>Clinic Image</i> .....	89
4.3.2.5.2 Pengaruh <i>Functional Information</i> terhadap <i>Clinic Image</i> .....	91
4.3.2.5.3 Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Clinic Image</i> .....	92
4.3.2.5.4 Pengaruh <i>EWOM</i> terhadap <i>Clinic Image</i> .....	93
4.3.2.5.5 Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>Clinic Image</i> .....	94
4.3.2.5.6 Pengaruh <i>Trendiness</i> terhadap <i>Clinic Image</i> .....	95
4.3.2.5.7 Pengaruh Pemoderasi <i>Agreeableness</i> pada hubungan antara <i>Clinic Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	96
4.3.2.5.8 Pengaruh Pemoderasi <i>Consciousness</i> pada hubungan antara <i>Clinic Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	98
4.3.2.5.9 Pengaruh <i>Clinic Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	100
4.3.2.6 Analisis Mediasi .....	101
4.3.2.7 Analisis <i>Importance-Performance</i> .....	102
4.5 Diskusi .....	106
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	112
5.2 Implikasi Manajerial .....	114
5.3 Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya .....	117

DAFTAR PUSTAKA .....	118
LAMPIRAN 1. KUESIONER .....	127
LAMPIRAN 2. <i>Outer Model</i> .....	133
LAMPIRAN 3. <i>Inner Model</i> .....	134
LAMPIRAN 4. <i>PLS Algorithm Setting</i> .....	135
LAMPIRAN 5. <i>Outer Loading</i> .....	136
LAMPIRAN 6. <i>Construct dan Discriminant Validity</i> .....	137
LAMPIRAN 7. <i>Boothstrapping Setting</i> .....	138
LAMPIRAN 8. <i>Path Coefficient</i> .....	139
LAMPIRAN 9. Hasil Turnitin .....	140



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data <i>Engagement</i> Instagram Klinik XYZ Sports Centre .....	5
<b>Tabel 1.2</b> Data Perbandingan <i>Engagement</i> dengan Kompetitor .....	6
<b>Tabel 1.3</b> Data Perbandingan Pengikut Instagram dengan Kompetitor .....	7
<b>Tabel 3.1</b> Definisi dan Operasional Variabel .....	40
<b>Tabel 4.1.</b> Profil Demografi Responden.....	53
<b>Tabel 4.2</b> Kategori Jawaban Responden .....	55
<b>Tabel 4.3</b> Deskripsi Variabel <i>Attractiveness</i> .....	55
<b>Tabel 4.4</b> Deskripsi Variabel <i>Functional Information</i> .....	57
<b>Tabel 4.5</b> Deskripsi Variabel <i>Interaction</i> .....	59
<b>Tabel 4.6</b> Deskripsi Variabel <i>EWOM</i> .....	61
<b>Tabel 4.7</b> Deskripsi Variabel <i>Customization</i> .....	62
<b>Tabel 4.8</b> Deskripsi Variabel <i>Trendiness</i> .....	64
<b>Tabel 4.9</b> Deskripsi Variabel <i>Agreeableness</i> .....	66
<b>Tabel 4.10</b> Deskripsi Variabel <i>Consciousness</i> .....	67
<b>Tabel 4.11</b> Deskripsi Variabel <i>Clinic Image</i> .....	69
<b>Tabel 4.12</b> Deskripsi Variabel <i>Visit Intention</i> .....	70
<b>Tabel 4.13</b> Nilai <i>Outer Loading</i> .....	74
<b>Tabel 4.14.</b> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	76
<b>Tabel 4.15.</b> Nilai <i>Average Variance Expected (AVE)</i> .....	77
<b>Tabel 4.16.</b> Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> .....	78
<b>Tabel 4.17.</b> Nilai <i>Inner VIF</i> .....	81
<b>Tabel 4.18.</b> Nilai <i>R-Squared</i> .....	82
<b>Tabel 4.19.</b> Nilai <i>F-Squared</i> .....	84
<b>Tabel 4.20.</b> Nilai $Q^2$ dan $Q^2_{predict}$ .....	85
<b>Tabel 4.21.</b> Nilai $Q^2_{Predict}$ Indikator .....	87
<b>Tabel 4.22</b> Hasil Uji Hipotesis .....	89
<b>Tabel 4.23.</b> Nilai <i>Specific Indirect Effect</i> .....	101
<b>Tabel 4.24</b> Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Konstruk .....	103
<b>Tabel 4.25</b> Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Indikator .....	104

## DAFTAR GRAFIK

<b>Grafik 4.1</b> Simple Slope Analysis.....	97
<b>Grafik 4.2</b> Simple Slope Analysis.....	99
<b>Grafik 4.3</b> Hasil IPMA Konstruk.....	103
<b>Grafik 4.4</b> Hasil IPMA Indikator.....	106



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Jumlah Klinik Pratama dan Utama Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2020 .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Pertumbuhan <i>Followers</i> pada klinik Kesehatan olahraga XYZ pada tahun 2019 sampai Januari 2022.....	7
<b>Gambar 2.1.</b> Consumer Based Brand Equity (CBBE) Model .....	20
<b>Gambar 2.2.</b> The <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	22
<b>Gambar 2.3.</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	35
<b>Gambar 4.1</b> Hasil <i>Outer Model</i> .....	73
<b>Gambar 4.2.</b> Hasil <i>Inner Model</i> .....	80
<b>Gambar 4.3</b> Model Hasil ( <i>Empirical Model</i> ) .....	107



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER .....	127
LAMPIRAN 2. <i>Outer Model</i> .....	133
LAMPIRAN 3. <i>Inner Model</i> .....	134
LAMPIRAN 4. <i>PLS Algorithm Setting</i> .....	135
LAMPIRAN 5. <i>Outer Loading</i> .....	136
LAMPIRAN 6. <i>Construct dan Discriminant Validity</i> .....	137
LAMPIRAN 7. <i>Boothstrapping Setting</i> .....	138
LAMPIRAN 8. <i>Path Coefficient</i> .....	139
LAMPIRAN 9. Hasil Turnitin .....	140

