

## ABSTRAK

Nagathan Bei Samudro (01011180350)

### **PENGARUH *CONSUMER INVOLVEMENT* PADA *CONSUMER BRAND ENGAGEMENT*, *SELF BRAND CONNECTION*, DAN *BRAND USAGE INTENT* PADA *THE SULTAN HOTEL JAKARTA***

(xv+176 halaman; 9 gambar; 39 tabel; 6 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Consumer Involvement* terhadap *Consumer Brand Engagement*, *Self Brand Connection*, dan *Brand Usage Intent* pada *The Sultan Hotel Jakarta*, mengetahui pengaruh dari *Consumer Involvement* terhadap *Cognitive Processing*, *Affection*, dan *Activation* dan mengetahui pengaruh dari *Cognitive Processing*, *Affection*, dan *Activation* terhadap *Self Brand Connection*, dan *Brand Usage Intent*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan kuesioner *online* yang disusun menggunakan Google Form dan disebarikan secara *online* melalui sosial media (Instagram, WhatsApp, KasKus, Twitter, dan Facebook). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *power analysis* dengan *tools Gpower* dengan minimal sampel 115 dan mendapatkan jumlah 297 responden setelah hasil analisa seluruh sebaran kuesioner. Hasil pengujian hipotesis menandakan bahwa seluruh hipotesis didukung, yaitu: terdapat pengaruh positif dari *Consumer Involvement* terhadap *Cognitive Processing*, terdapat pengaruh positif dari *Consumer Involvement* terhadap *Affection*, terdapat pengaruh positif dari *Consumer Involvement* terhadap *Activation*, terdapat pengaruh positif dari *Cognitive Processing* terhadap *Self Brand Connection*, terdapat pengaruh positif dari *Affection* terhadap *Self Brand Connection*, terdapat pengaruh positif dari *Activation*(*behavioral*) terhadap *Self Brand Connection*, terdapat pengaruh positif dari *Cognitive Processing* terhadap , terdapat pengaruh positif dari *Cognitive Processing* terhadap *Brand Usage Intent*, terdapat pengaruh positif dari *Affection* terhadap *Brand Usage Intent*, terdapat pengaruh positif dari *Activation* terhadap *Brand Usage Intent*.

**Keywords:** *Consumer Involvement; Consumer Brand Engagement; Self Brand Connection; Brand Usage Intent; Cognitive Processing; Affection; Activation..*

**Referensi:** 103 (1965-2023)