

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	13
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.4 Tujuan penelitian.....	15
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
1.7 Sistematika Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Pengertian <i>Marketing</i>	19
2.2 Pengertian Perilaku konsumen.....	20
2.3 Pengertian Perhotelan.....	22
2.4 Pengertian <i>Brand</i>	24
2.5 <i>Consumer Involvement</i>	24
2.6 <i>Consumer Brand Engagement (CBE)</i>	25
2.6.1 <i>Cognitive Processing</i>	26
2.6.2 <i>Affection</i>	26
2.6.3 <i>Activation</i>	27

2.7 <i>Self Brand Connection</i>	27
2.8 <i>Brand Usage Intent</i>	28
2.9 Hubungan antar Variabel Penelitian.....	29
2.9.1 <i>Consumer involvement</i> terhadap <i>Cognitive Processing</i>	29
2.9.2 <i>Consumer involvement</i> terhadap <i>Affection</i>	30
2.9.3 <i>Consumer involvement</i> terhadap <i>Activation</i>	30
2.9.4 <i>Cognitive Processing</i> terhadap <i>Self Brand Connection</i>	31
2.9.5 <i>Affection</i> terhadap <i>Self Brand Connection</i>	31
2.9.6 <i>Activation</i> terhadap <i>Self Brand Connection</i>	32
2.9.7 <i>Cognitive Processing</i> terhadap <i>Brand Usage Intent</i>	32
2.9.8 <i>Affection</i> terhadap <i>Brand Usage Intent</i>	33
2.9.9 <i>Activation</i> terhadap <i>Brand Usage Intent</i>	34
2.10 Model Penelitian.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Jenis Penelitian	39
3.3 Desain Penelitian	40
3.4 Objek penelitian.....	42
3.5 Unit Analisis.....	43
3.6 Pengukuran Variabel	44
3.7 Pengukuran (Tabel Definisi Konseptual dan Definisi Operasional).....	45
3.8 Pengukuran Skala.....	49
3.9 Metode Pengumpulan Data	51
3.10 Etika dalam Pengumpulan Data.....	54
3.11 Desain dan Jumlah Sampel.....	56
3.12 <i>Sampling</i>	56
3.13 Ukuran Sampel.....	59
3.14 Pengembangan Kuesioner	61
3.15 Metode dalam Analisis Data	61
3.16 <i>Model Fit</i>	64
3.17 <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	66
3.18 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	68
3.19 <i>Preliminary test</i>	69
Hasil dari <i>Preliminary-test Validity</i>	70
Hasil dari <i>Preliminary-test Reliability</i>	83
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Profil Responden.....	85
Jenis Kelamin.....	86

Usia.....	87
Pendapatan Bulanan.....	87
Pekerjaan.....	88
Domisili.....	89
Banyaknya Waktu Penginapan.....	89
Tujuan Penginapan.....	90
4.2 Uji Aktual.....	90
Statistik Deskriptif.....	91
Statistik Inferensial.....	97
Outer Model.....	98
Validitas Konvergen – Uji Aktual (Final)	98
Validitas Diskriminan - Uji Aktual (Final)	102
Reliabilitas – Uji Aktual (Final)	103
Hasil Reliabilitas (Composite Reliability) – Uji Aktual (Final)	105
Hasil Reliabilitas (Cronbach’s Alpha) – Uji Aktual (Final).....	106
Hasil Uji R ²	107
Hasil Uji Q ²	109
Common Method Bias - Uji Aktual (Final)	110
Collinearity (VIF) – Uji Aktual (Final)	111
Model Fit (MF)	112
Inner Model.....	114
Pengujian Hipotesis.....	115
4.3 Pembahasan.....	121
Garis Besar Model Penelitian.....	121
Profil Responden selaku Subjek Penelitian.....	122
Pengolahan Data dan Perhitungan Data Uji Aktual.....	123
Hasil Uji Hipotesis.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1 Kesimpulan.....	133
5.2 Implikasi Managerial.....	134
5.3 Batasan penelitian.....	136
5.3 Saran untuk peneliti selanjutnya.....	137
DAFTAR PUSTAKA	138

DAFTAR GAMBAR

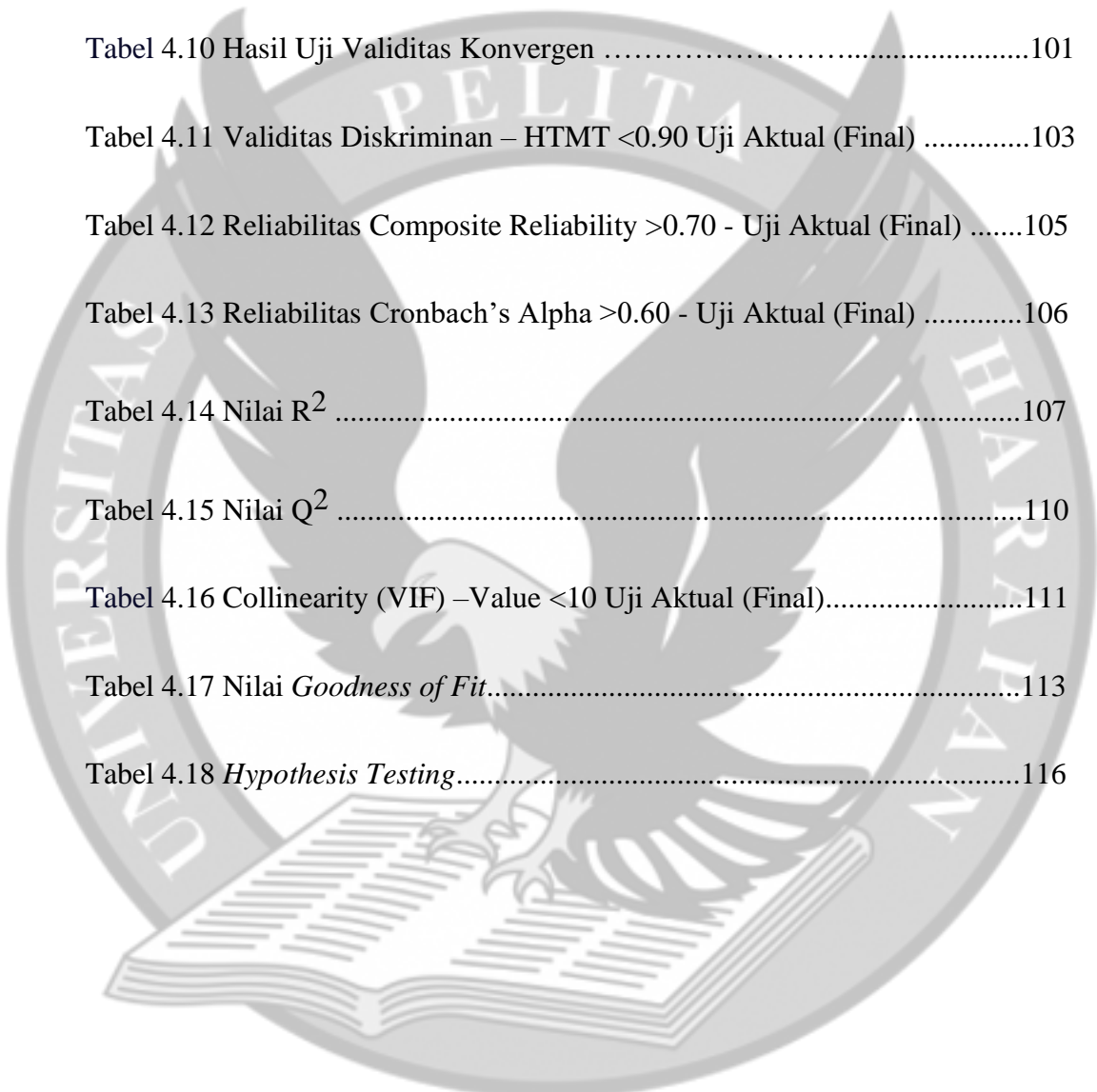
Gambar 1.1 Grafik rata rata Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia 2021 vs 2020.....	2
Gambar 1.3 Data BPS rata-rata Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia 2022-2023.....	3
Gambar 1.4 Tabel sasaran pembangunan dan pertumbuhan pariwisata.....	4
Gambar 1.5 Screenshot landscape The Sultan Hotel Jakarta.....	7
Gambar 1.6 Screenshot socialblade.com analisa engagement Instagram The Sultan Hotel Jakarta.....	10
Gambar 2.1 Model penelitian.....	35
Gambar 4.1 Outer Model.....	98
Gambar 4.2 Inner Model.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	45
Tabel 3.2 Hasil dari uji Validitas Konvergen(Variabel <i>Consumer Involvement</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	71
Tabel 3.3 Hasil dari uji Validitas Konvergen (Variabel <i>CBE Cognitive Processing factor</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	72
Tabel 3.4 Hasil dari uji Validitas Konvergen (Variabel <i>CBE Affection factor</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	72
Tabel 3.5 Hasil dari uji Validitas Konvergen (Variabel <i>CBE Activation factor</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	73
Tabel 3.6 Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen (Variabel <i>self brand connection</i>) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70.....	74
Tabel 3.7 Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen (Variabel <i>Brand usage intent</i>) dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70.....	74
Tabel 3.8 Hasil dari AVE dari beberapa indikator di beberapa variabel.....	75
Tabel 3.9 Hasil dari uji Validitas Diskriminan (Variabel <i>Consumer Involvement</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	77
Tabel 3.10 Hasil dari uji Validitas Diskriminan (Variabel <i>CBE Cognitive</i>	

<i>Processing factor</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	78
Tabel 3.11 Hasil dari uji Validitas Diskriminan (<i>Variabel CBE Affection factor</i>)Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	79
Tabel 3.12 Hasil dari uji Validitas Diskriminan (<i>Variabel CBE Activation factor</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	80
Tabel 3.13 Hasil dari uji Validitas Diskriminan (<i>Variabel self brand connection</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	81
Tabel 3.14 Hasil dari uji Validitas Diskriminan (<i>Variabel Brand usage intent</i>) Dengan <i>Rule of thumb</i> >0,70.....	82
Tabel 3.15 Hasil dari Pengujian kembali Reliabilitas Cronbach's Alpha dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70 pada <i>Preliminary-test</i>	83
Tabel 3.16 Hasil dari Pengujian Reliabilitas Composite Reliability dengan <i>Rule of Thumb</i> >0.70 pada <i>Preliminary-test</i>	84
Tabel 4.1 Keterangan Jenis kelamin Responden.....	86
Tabel 4.2 Nilai Umur Responden.....	87
Tabel 4.3 Nilai Pendapatan per bulan.....	88
Tabel 4.4 Nilai Pekerjaan.....	88
Tabel 4.5 Nilai Domisili Responden	89
Tabel 4.6 Banyaknya waktu penginapan	89

Tabel 4.7 Tujuan Penginapan.....	90
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif	91
Tabel 4.9 Validitas Konvergen - Factor Loading >0.70 Uji Aktual (Final)	99
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen	101
Tabel 4.11 Validitas Diskriminan – HTMT <0.90 Uji Aktual (Final)	103
Tabel 4.12 Reliabilitas Composite Reliability >0.70 - Uji Aktual (Final)	105
Tabel 4.13 Reliabilitas Cronbach’s Alpha >0.60 - Uji Aktual (Final)	106
Tabel 4.14 Nilai R ²	107
Tabel 4.15 Nilai Q ²	110
Tabel 4.16 Collinearity (VIF) –Value <10 Uji Aktual (Final).....	111
Tabel 4.17 Nilai <i>Goodness of Fit</i>	113
Tabel 4.18 <i>Hypothesis Testing</i>	116



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	148
LAMPIRAN B MODEL <i>PRELIMINARY TEST</i>	154
LAMPIRAN C MODEL PENGUKURAN <i>PRELIMINARY TEST</i>	156
LAMPIRAN D MODEL ACTUAL TEST.....	165
LAMPIRAN E MODEL PENGUKURAN UJI AKTUAL FINAL	167
LAMPIRAN F MODEL STRUKTURAL UJI AKTUAL FINAL	173

