

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Penelitian.....	10
1.4.1 Kontribusi Teori.....	10
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	12
1.5 Garis Besar Penelitian.....	13
BAB 2	15
TINJAUAN LITERATUR	15
2.1 Marketing.....	16

2.2 <i>Theory Of Relationship Marketing</i>	16
2.3 Kepercayaan.....	18
2.4 Transparansi.....	20
2.5 Otentisitas.....	22
2.6 Iklan Kreasi Konsumen.....	23
2.7 Loyalitas.....	24
2.8 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.8.1 Transparansi dan Kepercayaan.....	25
2.8.2 Transparansi dan Loyalitas.....	27
2.8.3 Transparansi dan Iklan Kreasi Konsumen.....	28
2.8.4 Transparansi dan Otentisitas.....	29
2.8.5 Otentisitas dan Kepercayaan.....	30
2.8.6 Otentisitas dan Loyalitas.....	30
2.8.7 Otentisitas dan Iklan Kreasi Konsumen.....	31
2.8.8 Iklan Kreasi Konsumen dan Loyalitas.....	32
2.8.9 Loyalitas dan Kepercayaan.....	33
2.8.10 Otentisitas Memediasi Hubungan antara Transparansi dan Iklan Kreasi Konsumen.....	33
2.8.11 Otentisitas Memediasi Hubungan antara Transparansi dan Loyalitas.....	34
2.8.12 Otentisitas Memediasi Hubungan antara Transparansi dan Kepercayaan.....	35
2.8.13 Iklan Kreasi Konsumen Memediasi Hubungan antara Transparansi dan Loyalitas.....	35
2.8.14 Iklan Kreasi Konsumen Memediasi Hubungan antara	

Otentisitas dan Loyalitas.....	36
2.8.15 Loyalitas Memediasi Hubungan antara Iklan Kreasi Konsumen dan Kepercayaan.....	37
2.9 Model Penelitian dan Hipotesis.....	37
BAB 3.....	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Tipe Tujuan Penelitian.....	44
3.2.1 Hipotesis.....	46
3.2.2 Waktu Penelitian.....	47
3.3 Unit Analisis.....	49
3.4 Tipe Variabel.....	51
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional.....	53
3.6 Skala Pengukuran.....	56
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	59
3.7.1 Kuesioner.....	60
3.7.2 Kuesioner Elektronik.....	61
3.8 Teknik Pembuatan Kuesioner.....	62
3.8.1 Prinsip dari kata-kata.....	65
3.8.2 Prinsip dari pengukuran.....	66
3.8.3 General “Getup”	66
3.9 Etika Pengumpulan Data.....	66
3.10 Penerjemahan Kembali dengan Modifikasi.....	67
3.11 Desain Sampel.....	68
3.11.1 Menentukan Populasi.....	68

3.11.2 Menentukan Kerangka Sampel.....	68
3.11.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	69
3.11.4 Menentukan Ukuran Sampel.....	72
3.11.5 Menjalankan Proses Pengambilan Sampel.....	73
3.12 Metode Analisis Data.....	73
3.12.1 Menyiapkan Data untuk Analisis.....	74
3.12.2 Pengkodean Data dan Entri Data.....	74
3.12.3 Mengedit Data.....	75
3.12.4 Transformasi Data.....	76
3.12.5 Merasakan Data.....	76
3.12.6 Menganalisis Keباikan Data.....	79
3.12.7 Uji Reliabilitas.....	79
3.12.8 Uji Validitas.....	81
3.13 Studi Pendahuluan.....	84
3.14 Studi Aktual.....	85
3.15 <i>Strutural Equation Model</i> (SEM)	85
3.15.1 Pengujian Model Pengukuran.....	86
3.15.2 Pengujian Model Struktural.....	87
3.15.2.1 Uji Asumsi.....	88
3.16 Uji Mediasi.....	89
3.17 Kesesuaian Model.....	90
BAB 4.....	93
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	93
4.1 Profil Responden.....	93
4.2 Hasil Uji Studi Pendahuluan.....	95



4.2.1 Hasil Uji Keباikan Data Studi Pendahuluan.....	95
4.2.1.1 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	96
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	98
4.3 Hasil Uji Studi Aktual.....	101
4.3.1 Hasil Uji Merasakan Data Studi Aktual.....	101
4.3.2 Hasil Uji Hipotesis.....	103
4.3.2.1 Hasil Uji Model Pengukuran.....	103
4.3.2.1.1 Uji Reliabilitas Aktual.....	104
4.3.2.1.2 Uji Validitas Aktual.....	106
4.3.2.1.3 Hasil Uji Normalitas.....	109
4.3.2.1.4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	110
4.3.2.1.5 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	111
4.3.2.2 Hasil Uji Model Struktural.....	112
4.3.2.3 Uji Mediasi.....	114
4.4 Hasil Pembahasan.....	117
4.5 Komparasi Model dengan Studi Pendahuluan.....	125
BAB 5.....	127
KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	128
5.3 Implikasi Teoritis.....	129
5.4 Implikasi Manajerial.....	132
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	136



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Brand Value Global 500 Brandirectory 2022</i>	3
Tabel 1.2 Tabel penelitian sebelumnya	6
Tabel 3.1 Paradigma Penelitian.....	42
Tabel 3.2. Jenis Penelitian.....	45
Tabel 3.3 Unit Analisis.....	50

Tabel 3.4 Tipe Variabel.....	52
Tabel 3.5 Tabel DKDO.....	54
Tabel 3.6 Skala Pengukuran.....	57
Tabel 3.7 Jenis-jenis Kuesioner.....	61
Tabel 3.8 Jenis-jenis Skala.....	77
Tabel 3.9 <i>Rules of Thumb Cronbach Alpha</i>	81
Tabel 4.1 Profil Responden.....	94
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Konsisntesi Internal.....	96
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	98
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker)	100
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Heterotrait-Monotrait Ratio)	101
Tabel 4.6 Hasil Uji Merasakan Data.....	102
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Konsistensi Internal Studi Aktual.....	104
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	106
Tabel 4.9 Fornell-Lacker Studi Aktual.....	108
Tabel 4.10 HTMT Studi Aktual.....	108
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	109
Tabel 4.12 <i>Collinearity Statistic – Inner VIF Calues</i>	110
Tabel 4.13 Uji Kecocokan Model.....	111
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	112
Tabel 4.15 Hasil Uji Mediasi.....	114
Tabel 4.16 Komparasi Model.....	125
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	131
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	134



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Bab 1.....	1
Gambar 2.1 Alur Bab 2.....	15
Gambar 2.2 Relationship Marketing.....	17
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	38
Gambar 3.1 Alur Penulisan Bab 3.....	40
Gambar 3.2 Hipotesis.....	47
Gambar 3.3 Waktu Penelitian.....	48

Gambar 3.4 Macam-macam Variabel.....	51
Gambar 3.5 Model Penelitian.....	53
Gambar 3.6 Skala Likert.....	59
Gambar 3.7 Teknik Pembuatan Kuesioner.....	64
Gambar 3.8 Teknik Pengambilan Sampel.....	70
Gambar 3.9 Analisis Data.....	74
Gambar 3.10 Tipe-tipe Validitas.....	82
Gambar 4.1 Alur Penelitian.....	93
Gambar 5.1 Alur Penelitian.....	127

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Studi Pendahuluan.....	146
1.1 Kuesioner.....	146
1.2 Hasil Kuesioner Studi Pendahuluan.....	152
1.3 Hasil Uji Data Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	153
1.4 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan.....	154
1.5 Hasil Uji Validitas Diskrimnan Studi Pendahuluan.....	155
2. Lampiran Studi Aktual.....	156
2.1 Hasil Data Kuesioner Studi Aktual.....	156

2.2 Data Statistik Deskriptif.....	158
2.3 Hasil Uji Data Realibilitas Studi Aktual.....	158
2.4 Hasil Uji Data Validitas Konvergen.....	160
2.5 Hasil Uji Data Diskriminan.....	161
2.6 Hasil Data VIF.....	162
2.7 Hasil Uji Hipotesis.....	163
2.8 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	164
2.9 Hasil Uji Mediasi.....	165
2.10 Hasil Turnitin.....	165

