

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DATAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian	11
1.5.2 Jadwal Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 <i>Value Co-Creation</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Value Co-Creation</i>	12
2.1.1.2 Indikator <i>Value Co-Creation</i>	13
2.1.2 <i>Brand Engagement</i>	15
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Engagement</i>	15
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Engagement</i>	16
2.1.3 <i>Brand Equity</i>	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Equity</i>	17
2.1.3.2 Indikator <i>Brand Equity</i>	17
2.1.4 Penelitian Terdahulu	18

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	21
2.2.1 Kerangka Pemikiran	21
2.2.2 Hipotesis	27
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.2.1 Operasional Variabel	28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.2.2.1 Jenis Data	30
3.2.2.2 Populasi Sasaran	31
3.2.2.3 Penentuan Sampel	31
3.2.2.4 Teknik Sampling	32
3.2.3 Prosedur Pengumpulan Data	32
3.3 Model Penelitian	33
3.4 Teknik Analisis Data	34
3.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	34
3.4.2 Pengembangan Path Diagram	36
3.4.3 Konversi Path Kedalam Diagram	37
3.4.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	39
3.4.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	39
3.4.6 Asumsi SEM	39
3.4.7 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of Fit</i>	41
3.4.8 Uji Validitas dan Reabilitas	44
3.4.9 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis.....	45
3.4.10 Interpretasi dan Identifikasi Model	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden	47
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	49
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel	50
4.1.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Value Co-Creation</i>	51
4.1.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Engagement</i>	55
4.1.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Equity</i>	58

4.1.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	61
4.1.3.1 Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	61
4.1.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	66
4.1.3.3 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	69
4.1.3.4 Uji Validitas dan Realibilitas	72
4.1.3.5 Pengujian Hipotesis	76
4.1.3.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	79
4.2 Pembahasan.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1. Simpulan	86
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Operasional Variabel	29
Tabel 3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian	34
Tabel 3.3	Model Persamaan Struktural	38
Tabel 3.4	Model Pengukuran	38
Tabel 3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of Fit Index</i>)	43
Tabel 4.1	Analisis Statistik <i>Value Co-Creation</i>	52
Tabel 4.2	Analisis Statistik <i>Brand Engagement</i>	55
Tabel 4.3	Analisis Statistik <i>Brand Equity</i>	58
Tabel 4.4	<i>Comfirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	63
Tabel 4.5	<i>Comfirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	66
Tabel 4.6	Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	70
Tabel 4.8	Uji Validitas	72
Tabel 4.9	Uji Signifikansi Koefisien.....	76
Tabel 4.10	Pengaruh Variabel.....	76

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Pengunjung Marketplace di Indonesia pada Kuartal III 2021	3
Gambar 3.1	Model Penelitian	33
Gambar 3.2	Path Diagram Penelitian.....	37
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	49
Gambar 4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	62
Gambar 4.5	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	64
Gambar 4.6	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1	Jadwal Kegiatan Penelitian 2022	94
Lampiran 2	Kuisisioner Penelitian 2022	95
Lampiran 3	Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 4	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	105
Lampiran 5	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	110
Lampiran 6	Uji Validitas dan Realibilitas	112
Lampiran 7	<i>Estimate Regression Weight</i>	114
Lampiran 8	Interpretasi dan Modifikasi Model	115
Lampiran 9	Pengujian Varibael Mediasi.....	116