

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Dewan Penguji	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitan.....	3
1.5 Batasan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
II Kajian Pustaka	
2.1 Komunitas Merek Online	5
2.2 Persepsi terhadap Strategi Penciptaan Nilai (<i>Co-Creation</i>).....	6
2.3 Keterlibatan Konsumen (<i>Engagement</i>)	9
2.4 Sikap (<i>Attitude</i>)	10
2.5 Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	11
2.6 Kerangka Konseptual	12
III Metodologi Penelitian	
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Metode Penelitian.....	15
3.3 Objek Penelitian	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data	15
3.5 Teknik Analisis Data.....	15

IV	Pembahasan Hasil Penelitian	
4.1	Profil Responden.....	20
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	22
4.3	Analisis SEM-Amos.....	28
4.4	Pengujian Hipotesis.....	31
4.5	Uji Goodness of Fit.....	33
V	Penutup	
5.1	Kesimpulan.....	35
5.2	Implikasi Manajerial.....	36
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	36
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	36
	DAFTAR PUSTAKA.....	37
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Interaksi dalam Sosial Media.....	6
Tabel 2.2 Dimensi dan Sub-dimensi dari Keterlibatan Konsumen.....	10
Tabel 4.1 Uraian Variabel.....	18
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	20
Tabel 4.3 Usia Responden.....	20
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	21
Tabel 4.5 Durasi Mengakses Facebook Responden.....	21
Tabel 4.6 Motivasi Responden Bergabung dengan Komunitas	22
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Co-Creation</i>	23
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Engagement</i>	24
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap.....	25
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	26
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Co-Creation</i>	27
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Engagement</i>	27
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap.....	28
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	28
Tabel 4.15 <i>Regression Weights</i>	30
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 4.1 Hasil Model Penelitian	29

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	39
----------------------------	----