

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Spotify .....	2
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	12
1.4    Tujuan Penelitian.....	12
1.5    Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Akademik .....	13
1.5.2 Manfaat Praktis .....	13
1.6    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1    Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1 <i>Marketing</i> .....	15
2.1.2 Manajemen <i>Marketing</i> .....	15
2.1.3 <i>Brand</i> .....	16
2.1.4 <i>User Brand-Involvement</i> .....	17
2.1.5 <i>Brand Trust</i> .....	19
2.1.6 <i>Brand Loyalty</i> .....	20
2.2    Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1 Artikel Jurnal Nasional .....	21

2.2.2 Jurnal Internasional.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.3.1 <i>User Brand Involvement</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	29
2.3.2 <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	29
2.3.3 <i>User Brand Involvement</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Brand Trust</i> ....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	31
3.2.1 Operasional Variabel .....	31
3.2.2 Skala Pengukuran .....	35
3.3 Tahapan Penelitian .....	36
3.4 Populasi dan Sampel .....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel .....	38
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5.1 Data Primer .....	40
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	42
3.7 Teknik Analisis Data .....	44
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	44
3.7.2 <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	45
3.7.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	47
3.8 Uji Mediasi .....	50
3.9 Pengujian Hipotesis .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	54
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	55
4.2.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>User Brand Involvement</i> ....	55
4.2.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Trust</i> .....	58
4.2.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	61
4.2.2	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	63
4.2.2.1	Analisis <i>Outer Model</i> .....	63
4.2.2.2	Konstruk Validity .....	64
4.2.2.3	Reliability.....	68
4.2.3	Analisis <i>Inner Model</i> .....	70
4.2.3.1	<i>Coefficient of Determination</i> (R Square).....	70
4.2.3.2	<i>Estimate for Path Coefficient</i> .....	70
4.2.3.3	<i>Effect Size</i> (F Square) .....	73
4.2.3.4	Estimasi Model Fit ( <i>Goodness of Fit/Gof</i> ) .....	74
4.2.3.5	<i>Prediction Relevance</i> (Q <sup>2</sup> ) .....	74
4.2.3.6	Uji Mediasi .....	75
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.3.1	Pengaruh <i>User Brand Involvement</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	77
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	78
4.3.3	Pengaruh <i>User Brand Involvement Trust</i> terhadap <i>Brand Trust</i> melalui <i>Brand Loyalty</i> .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran .....	81
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	81
5.2.2	Saran Bagi Penulis .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		83
<b>LAMPIRAN</b> .....		88