

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Kesenjangan Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Ringkasan Metode Penelitian	6
1.5. Ringkasan Hasil Penelitian	6
1.6. Kontribusi Riset	6
1.7. Uji Ketahanan	6
1.8. Sistematika Penelitian	7
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Relationship Marketing	9
2.1.2. Human Brand	10
2.1.3. Brand Community	11
2.1.4. Social Identity Theory	12
2.1.5. Basic Psychological Needs	13
2.1.6. Attachment Strength	16
2.1.7. Fan Community Identification	17
2.1.8. Fan Community Trust	18
2.1.9. Loyalty and Cooperation	19
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.2.1. Kim dan Kim (2017)	20

2.2.2. Matthew Thomson (2006).....	21
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1. Hubungan Antara Variabel <i>Basic Psychological Needs</i> dengan Variabel <i>Attachment Strength</i>	23
2.3.2. Hubungan Antara Variabel <i>Attachment Strength</i> dengan <i>Fan Community Identification</i>	24
2.3.3. Hubungan Antara Variabel <i>Fan Community Trust</i> dengan hubungan <i>Attachment Strength</i> dan <i>Fan Community Identification</i>	25
2.3.4. Hubungan Antara <i>Fan Community Identification</i> dengan <i>Loyalty</i>	26
2.3.5. Hubungan Antara <i>Fan Community Identification</i> dengan <i>Cooperation</i>	27
2.4. Model Analisis.....	27
BAB 3	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Identifikasi Variabel.....	30
3.2.1 Variabel Eksogen.....	30
3.2.2 Variabel Endogen.....	30
3.3 Definisi Operasional.....	30
3.3.1 <i>Basic Psychological Needs</i>	30
3.3.2 <i>Attachment Strength</i>	32
3.3.3 <i>Fan Community Identification</i>	33
3.3.4 <i>Fan Community Trust</i>	33
3.3.5 <i>Loyalty</i>	34
3.3.6 <i>Cooperation</i>	34
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.7 Teknik Analisis.....	38
3.7.1 Outer Model Evaluation.....	38
3.7.2 Inner Model Evaluation.....	39
3.8 Alasan Menggunakan <i>Partial Least Square (PLS)</i>	40
BAB 4	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41

4.1.	Gambaran Umum Objek Peneliti	41
4.2.	Analisis Hasil Penelitian.....	41
4.2.1.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.2.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Usia	42
4.2.3.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.2.4.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pendapatan tiap Bulan.....	44
4.2.5.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Seringnya Mengikuti Perkembangan Info melalui komunitas	45
4.2.6.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Intensitas Partisipasi dengan Anggota Komunitas	45
4.2.7.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Anggaran per Bulan Untuk Barang Terkait BTS.....	46
4.2.8.	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Periode Bergabung dengan Komunitas.....	48
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	48
4.3.1.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Autonomy</i>	49
4.3.2.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Relatedness</i>	50
4.3.3.	Deskripsi atas Jawaban Variabel <i>Competence</i>	51
4.3.4.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Attachment Strength</i>	52
4.3.5.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Fan Community Identification</i>	53
4.3.6.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Fan Community Trust</i>	54
4.3.7.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Loyalty</i>	55
4.3.8.	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Cooperation</i>	56
4.4.	Analisis Model Pengukuran.....	56
4.4.1.	Outer Model Evaluation	57
4.4.2.	Inner Model Evaluation.....	63
4.4.3.	Pengujian Hipotesis.....	65
4.5.	Pembahasan	68
4.5.1.	Pengaruh <i>Autonomy</i> terhadap <i>Attachment Strength</i>	68
4.5.2.	Pengaruh <i>Relatedness</i> terhadap <i>Attachment Strength</i>	68
4.5.3.	Pengaruh <i>Competence</i> terhadap <i>Attachment Strength</i>	69
4.5.4.	Pengaruh <i>Attachment Strength</i> terhadap <i>Fan Community Identification</i>	70

4.5.5. Pengaruh <i>Fan Community Trust</i> dalam memoderasi <i>Attachment Strength</i> dan <i>Fan Community Identification</i>	71
4.5.6. Pengaruh <i>Fan Community Identification</i> terhadap <i>Loyalty</i>	72
4.5.7. Pengaruh <i>Fan Community Identification</i> terhadap <i>Cooperation</i>	73
BAB 5	74
SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Simpulan	74
5.2. Saran	74
5.2.1. Bagi Pihak Akademisi	74
5.2.2. Bagi Pihak Pemasar	75
5.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	75
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert.....	36
Tabel 4.1	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pendapatan tiap Bulan	44
Tabel 4.5	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Seringnya Mengikuti Perkembangan Info Melalui Komunitas	45
Tabel 4.6	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Intensitas Partisipasi dengan Anggota Komunitas.....	46
Tabel 4.7	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Anggaran tiap Bulan untuk Barang Terkait BTS.....	47
Tabel 4.8	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Periode Bergabung dengan Komunitas	48
Tabel 4.9	Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	49
Tabel 4.10	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Autonomy</i>	49
Tabel 4.11	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Relatedness</i>	50
Tabel 4.12	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Competence</i>	51
Tabel 4.13	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Attachment Strength</i>	52
Tabel 4.14	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Fan Community Identification</i>	53
Tabel 4.15	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Fan Community Trust</i>	54
Tabel 4.16	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Loyalty</i>	55
Tabel 4.17	Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Cooperation</i>	56
Tabel 4.18	Nilai Validitas <i>Outer Loading</i>	58
Tabel 4.19	Nilai Validitas <i>Outer Loading</i> Setelah Direduksi	60
Tabel 4.20	Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	61
Tabel 4.21	Nilai <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.22	Nilai <i>Internal Consistency</i> dengan menguji <i>Composite Reliability</i> ...	63
Tabel 4.23	Nilai <i>R-Square</i>	63
Tabel 4.24	<i>Path Coefficient</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1	Konstruk Awal Nilai <i>Loading</i>	57
Gambar 4.2	Konstruk Awal Nilai <i>Loading</i> Setelah Direduksi	59
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	65