

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian .....	12
1.7 Sistematika Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Merek .....	15
2.2.1 Pengertian Merek.....	15
2.2.2 Fungsi Merek .....	17

2.2.3	Tujuan Merek.....	19
2.3	Nilai Hedonis.....	20
2.4	Nilai Utilitarian .....	22
2.5	<i>Self-Expressive Brand</i> .....	24
2.6	<i>Inner-Self</i> .....	25
2.7	<i>Social-Self</i> .....	26
2.8	Cinta Merek.....	27
2.9	Perumusan Hipotesis .....	32
2.9.1	Pengaruh Nilai Hedonis Terhadap <i>Inner Self</i> dan <i>Social Self</i> .....	32
2.9.2	Pengaruh Nilai Utilitarian Terhadap <i>Inner Self</i> dan <i>Social Self</i> .....	33
2.9.3	Pengaruh Nilai Hedonis Terhadap Cinta Merek.....	33
2.9.4	Pengaruh Nilai Utilitarian Terhadap Cinta Merek.....	34
2.9.5	Pengaruh <i>Inner Self</i> Terhadap Cinta Merek .....	35
2.9.6	Pengaruh <i>Social Self</i> Terhadap Cinta Merek .....	36
2.9.7	<i>Inner Self</i> dan <i>Social Self</i> Sebagai Pemediasi Pengaruh Nilai Hedonis Terhadap Cinta Merek.....	36
2.9.8	<i>Inner Self</i> dan <i>Social Self</i> Sebagai Pemediasi Pengaruh Nilai Utilitarian Terhadap Cinta Merek.....	38
2.10	Model Penelitian .....	39
BAB III METODE PENELITIAN .....		40
3.1	Desain Penelitian.....	40
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	40
3.2.1	Metode Pengambilan Sampel .....	41
3.2.2	Populasi.....	42
3.2.3	Sampel .....	42

3.3	Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1	Definisi Operasional Variabel .....	43
3.3.2	Skala Pengukuran .....	46
3.3.3	Pengujian Instrumen .....	47
3.4	Metoda Analisis Data .....	49
3.5	Evaluasi Model Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Data .....	54
4.2	Data Responden.....	54
4.3	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	56
4.3.1	Uji Validitas Konvergen .....	56
4.3.2	Uji Validitas Diskriminan.....	57
4.3.3	Uji Reliabilitas .....	58
4.3.4	Analisis Deskriptif .....	59
4.4	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	65
4.5	Pengujian Hipotesis.....	67
4.5.1	Hipotesis Pertama (H1).....	68
4.5.2	Hipotesis Kedua (H2) .....	70
4.5.3	Hipotesis Ketiga (H3).....	71
4.5.4	Hipotesis Keempat (H4) .....	72
4.5.5	Hipotesis Kelima (H5).....	72
4.5.6	Hipotesis Keenam (H6) .....	73
4.5.7	Hipotesis Ketujuh (H7).....	73
4.5.8	Hipotesis Kedelapan (H8).....	76
4.6	Diskusi dan Pembahasan .....	80

BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	84
5.1    Simpulan.....	84
5.2    Implikasi Manajerial .....	86
5.3    Keterbatasan .....	88
5.4    Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN.....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	45
Tabel 3.2	Nilai Untuk Skala <i>Likert</i> .....	47
Tabel 4.1	Data Responden .....	55
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Konvergen.....	57
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Pendekatan Fornell - Larcker .....	58
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.5	Kategori Penilaian Kuesioner .....	60
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Nilai Hedonis .....	60
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Nilai Utilitarian .....	61
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Inner Self</i> .....	62
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Self</i> .....	63
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Cinta Merek</i> .....	63
Tabel 4.11	Rangkuman Analisis Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4.12	Output Nilai R Square.....	66
Tabel 4.13	Output Koefisien Jalur .....	67
Tabel 4.14	Output <i>Indirect Effect</i> .....	68
Tabel 4.15	Rangkuman Hipotesis Penelitian .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Smartwatch</i> Merek Apple .....	7
Gambar 2.1 <i>Model Penelitian</i> .....	39
Gambar 3.1 Efek Mediasi .....	51
Gambar 3.2 Klasifikasi Efek Mediasi .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran II	Tabulasi Jawaban Partisipan .....	102
Lampiran III	Tabulasi Jawaban Partisipan (Lanjutan).....	110
Lampiran IV	Hasil Pengolahan Data Pengujian Model Struktural .....	142