

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak	xii
Bab 1. Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	14
Bab II Landasan Teori	15
2.1 Ekuitas Merek.....	15
2.2. Kepercayaan Merek	17
2.3 Ekuitas Merek Berbasis Konsumen (CBBE).....	18
2.4 Hipotesis	21
2.4.1 Kualitas layanan penerbangan dan reputasi merek.....	23
2.4.2 <i>Brand Affect</i> dan reputasi merek	25
2.4.3 Kesesuaian diri dan reputasi merek	26
2.4.4 Kesadaran merek dan reputasi merek	27
2.4.5 Asosiasi merek dan reputasi merek.....	28
2.4.6 Reputasi merek dan kepercayaan merek	29
2.4.7 Kualitas layanan penerbangan dan kepercayaan merek.....	30

2.4.8 <i>Brand Affect</i> dan kepercayaan merek	31
2.4.9 Kesesuaian diri dan kepercayaan merek	32
2.4.10 Kesadaran merek dan kepercayaan merek	33
2.4.11 Asosiasi merek dan kepercayaan merek	34
Bab III Metode Penelitian	36
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3 Kriteria Reponden	37
3.4 Ukuran Sampel	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	38
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1 Profil Responden.....	39
3.6.2 Pernyataan Responden	39
3.7 Operasionalisasi Variabel	39
3.8 Uji Instrumen Penelitian.	42
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.9 Teknik Analisis Data	44
3.10 Metode Pengolahan Data	45
3.10.1 Pengolahan Data.....	45
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
4.1 Hasil Pengumpulan Data	50
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	50
4.2 Analisis Hasil Penelitian	53
4.2.1 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	53
4.2.1.1 Uji Normalitas	54
4.2.1.2 Uji <i>Outlier</i>	55
4.2.1.3 Uji Multikolinearitas dan Singularitas	56
4.2.1.4 Evaluasi Kriteria Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	56
4.2.2 Pengujian dan Analisis Data	59
4.2.2.1 Gambar Jalur Hubungan Kausalitas	59
4.2.2.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	61

4.2.2.3 Analisis Deskriptif	67
4.2.3 Persamaan Model Struktural dan Uji Hipotesis	71
4.2.3.1 Analisis Kausalitas (Persamaan Struktural)	71
4.2.3.2 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Variabel Eksogen Terhadap Variabel Endogen	75
4.3 Diskusi dan Pembahasan	80
Bab V Kesimpulan dan Saran	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Implikasi	91
5.2.1 Implikasi Teoritis	91
5.2.2 Implikasi Manajerial	92
5.3 Keterbatasan Penelitian	94
5.4 Saran Penelitian Mendatang	94
Daftar Pustaka.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Perusahaan Penerbangan Berjadwal tahun 2017-2021.....	3
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	43
Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas Kuesioner Penelitian	44
Tabel 4.1 Demografi karakteristik responden	50
Tabel 4.2. Karakteristik Data Penelitian	51
Tabel 4.3 Uji Normalitas	54
Tabel 4.4 Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	57
Tabel 4.5 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Eksogen	62
Tabel 4.6 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Endogen	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas dan AVE Variabel Eksogen	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas dan AVE Variabel Endogen	67
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Kualitas Layanan Penerbangan	68
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Pengaruh Merek	68
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Kesesuaian Diri	69
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Kesadaran Merek	69
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Asosiasi Merek	70
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Reputasi Merek	70
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Kepercayaan Merek	71
Tabel 4.16 Rekapitulasi Persamaan Struktural	72
Tabel 4.17 Uji Hipotesis <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	76
Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Tes Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan konsumen di laman Instagram Lionairgroup	8
Gambar 1.2 Keluhan konsumen di Instagram	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	22
Gambar 4.1 Diagram Konseptual	59
Gambar 4.2 Diagram <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Eksogen	62
Gambar 4.3 Diagram <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Endogen	63
Gambar 4.4 Hasil Analisis SEM (<i>Output Amos 23</i>)	72
Gambar 4.5 Model Struktural	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	104
Lampiran 2. Tabel Multivariate Outlier	110
Lampiran 3. Chi Square Tabel	114
Lampiran 4. Output AMOS	122