

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kontribusi Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perusahaan Makanan Cepat Saji Target Kampanye <i>Boycott Divestment Sanction (BDS)</i>	11
2.2 Norma Subjektif.....	13
2.3 Permusuhan Konsumen.....	14
2.4 Efikasi yang dirasakan	15
2.5 Penilaian Merek	17
2.6 Argumen Kontra.....	18
2.7 Niat Berpartisipasi Boikot.....	21
2.8 Kajian Penelitian Terdahulu.....	22
2.9 Pengembangan Hipotesis	28
2.9.1 Pengaruh Norma Subjektif pada Permusuhan Konsumen	29

2.9.2 Pengaruh Norma Subjektif pada Efikasi yang dirasakan.....	30
2.9.3 Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Berpartisipasi Boikot Makanan Cepat Saji Merek Amerika.....	31
2.9.4 Pengaruh Efikasi yang Dirasakan pada Niat berpartisipasi boikot Makanan Cepat Saji Merek Amerika.....	32
2.9.5 Pengaruh Permusuhan Konsumen pada Niat Berpartisipasi Boikot Makanan Cepat Saji Merek Amerika.....	33
2.9.6 Penilaian Merek dan Argumen Kontra Mengurangi Efek Negatif Pengaruh Permusuhan Konsumen pada Niat Berpartisipasi Boikot.....	34
2.10 Model Penelitian	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1 Norma Subjektif	39
3.2.2 Permusuhan Konsumen.....	39
3.2.3 Efikasi yang Dirasakan	40
3.2.4 Penilaian Merek	41
3.2.5 Argumen Kontra.....	41
3.2.6 Niat berpartisipasi boikot	42
3.3 Desain Sampel.....	43
3.3.1 Populasi dan Metode Penyampelan	43
3.3.2 Unit Sampel.....	44
3.3.3 Ukuran Sampel.....	45
3.4 Lokasi Penelitian.....	45
3.5 Objek Penelitian	45
3.6 Metode Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran	49
3.7.2 Evaluasi Model Struktural.....	51
3.7.3 <i>Goodness of Fit Model</i>	52
3.8 Teknik Pengujian Hipotesis	53
BAB IV	54
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	54
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	54
4.2 Evaluasi Model Pengukuran	55
4.4.2 Uji Validitas Konvergen	55
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan	58
4.4.3 Uji Reliabilitas	62

4.3 Profil Responden.....	63
4.4 Statistik Deskriptif	65
4.5 Evaluasi Model Struktural.....	68
4.5.1 Koefisien Determinasi atau <i>R Square</i> (<i>R</i> ²)	68
4.5.2 <i>Effect Size</i> (<i>f</i> ²)	70
4.5.3 <i>Predictive Relevance</i> (<i>Q</i> ²).....	71
4.6 <i>Goodness of Fit Model</i>	72
4.7 Koefisien Jalur	72
4.8 Analisis Hipotesis	73
4.8.1 Hipotesis Satu (H1): Norma Subjektif berpengaruh positif pada Permusuhan Konsumen.....	74
4.8.2 Hipotesis Dua (H2): Norma Subjektif berpengaruh positif pada Efikasi yang Dirasakan.....	74
4.8.3 Hipotesis Tiga (H3): Norma Subjektif berpengaruh positif pada Niat Berpartisipasi Boikot.....	75
4.8.4 Hipotesis Empat (H4): Efikasi yang Dirasakan berpengaruh positif pada Niat Berpartisipasi Boikot.....	76
4.8.5 Hipotesis Lima (H5): Permusuhan Konsumen berpengaruh positif pada Niat Berpartisipasi Boikot.....	77
4.8.6 Hipotesis Enam (H6): Penilaian Merek mengurangi efek negatif pengaruh Permusuhan Konsumen pada Niat Berpartisipasi Boikot	77
4.8.7 Hipotesis Tujuh (H7): Argumen Kontra mengurangi pengaruh negatif Permusuhan Konsumen pada Niat Berpartisipasi Boikot	79
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
5.1 Simpulan	81
5.2 Implikasi Manajerial	83
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	96
Lampiran 1 - Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 - Evaluasi Model Pengukuran.....	101
Lampiran 3 - Statistik Deskriptif	104
Lampiran 4 - Evaluasi Model Struktural.....	106
Lampiran 5 - <i>Goodness Fit of Model</i>	107
Lampiran 6 - Koefisien Jalur.....	107