



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Lingkup Penelitian	11
1.5.1. Model Penelitian	11
1.5.2. Objek Penelitian.....	11
1.5.3. Lokasi Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Praktis	12
1.6.2. Manfaat Teoritis.....	12
1.7. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Identitas Sosial	14
2.1.2 Dukungan Selebriti	16
2.1.3 Ekuitas Merek	17
2.2 Penjelasan Variabel	18
2.2.1 Sikap kepada Selebriti Pendukung	18
2.2.2 Citra Merek	19
2.2.3 Identifikasi Merek.....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis	20



2.3.1 Pengaruh Sikap kepada Selebriti Pendukung terhadap Citra Merek	20
2.3.2 Pengaruh Sikap kepada Selebriti Pendukung terhadap Identifikasi Merek	21
2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek	22
2.3.4 Pengaruh Identifikasi Merek terhadap Ekuitas Merek	23
2.3 Model Penelitian	24
BAB III	26
DESAIN PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.2.1 Sikap kepada Selebriti Pendukung (ACE)	26
3.2.2 Citra Merek (BIM)	27
3.2.3 Identifikasi Merek (BID)	28
3.2.4 Ekuitas Merek (BE)	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel	30
3.3.3 Ukuran Sampel	31
3.5. Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Instrumen Penelitian	32
3.5 Metode Analisis Data	33
3.5.1 Metode Analisis Data	33
3.5.2 Penilaian Outer Model	33
3.5.3 Penilaian Inner Model	34
3.5.4 Uji Ketepatan Model	35
3.5.5 Uji Hipotesis	36
BAB IV	37
ANALISIS DATA	37
4.1. Profil Responden	37
4.2. Statistik Deskriptif	38
4.3. Hasil Penilaian Outer Model	40



4.3.1. Hasil Uji Validitas	40
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4.4. Hasil Penilaian Inner Model.....	43
4.4.1. Hasil Kolinearitas	43
4.4.2. Hasil Koefisien Determinasi.....	45
4.4.3. Hasil Penilaian Kekuatan Prediksi Model (Q^2)	45
4.4.4. Hasil <i>Effect Size</i> untuk Koefisien Jalur.....	46
4.5. Hasil Uji Ketepatan Model.....	46
4.5.1. Hasil Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	46
4.6. Uji Hipotesis.....	47
4.6.1. Sikap kepada Selebriti Pendukung Memiliki Pengaruh Positif terhadap Citra Merek Innisfree (H1)	48
4.6.2. Sikap kepada Selebriti Pendukung Memiliki Pengaruh Positif terhadap Identifikasi Merek Innisfree (H2)	48
4.6.3. Citra Merek Berpengaruh Positif terhadap Ekuitas Merek Innisfree (H3).....	49
4.6.4. Identifikasi Merek Berpengaruh Positif terhadap Ekuitas Merek Innisfree (H4).....	49
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.7.1. Hipotesis Pertama (H1).....	49
4.7.2. Hipotesis Kedua (H2)	51
4.7.3. Hipotesis Ketiga (H3)	53
4.7.4. Hipotesis Keempat (H4)	54
BAB V.....	56
KESIMPULAN & SARAN	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Implikasi Teoritis	56
5.3 Implikasi Manajerial.....	58
5.4 Keterbatasan Penelitian	60
5.5 Saran	60
LAMPIRAN KUESIONER	73