

Daftar Isi

Abstrak	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Gambar, Grafik dan Tabel	v
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kebaruan Penelitian	5
F. Sistematika Pembagian BAB	6
BAB II	8
A. Perilaku Boikot.....	8
B. <i>Brand Loyalty</i>	10
C. <i>Brand Trust</i>	11
D. Hubungan antara Perilaku Boikot dengan <i>Brand Loyalty & Brand Trust</i>	12
E. Kerangka Konsep	14
F. Hipotesis.....	15
G. Definisi Operasional.....	16
H. Operasionalisasi Konsep	18
BAB III	23
A. Pendekatan Penelitian	23
B. Metode Penelitian.....	23
C. Populasi & Sampel.....	24
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data	25



PENGARUH PERILAKU BOIKOT JENAMA YANG TERAFILIASI DENGAN ISRAEL TERHADAP BRAND LOYALTY: STUDI KONSUMEN AQUA DI INDONESIA PASCA NAIKNYA KONFLIK ISRAEL-PALESTINA PADA KUARTAL KE-3 TAHUN 2023

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Dian Nita Utami, Massageng Widagdhpran, S.I.P., MMktg.Comm

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

F.	Uji Instrumen.....	26
G.	Teknik Analisis Data.....	30
H.	Uji Prasyarat Analisis.....	30
BAB IV	36
A.	Deskripsi Responden.....	36
B.	Analisis Deskriptif Rata-Rata (<i>Mean</i>).....	38
C.	Analisis Korelasi (<i>Pearson Correlation Test</i>).....	51
D.	Analisis Regresi Moderasi	53
E.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	59
F.	Analisis Tabulasi Silang.....	65
G.	Pembahasan.....	67
BAB V	72
A.	Kesimpulan.....	72
B.	Saran.....	74
Daftar Pustaka	75