

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB 2 TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	20
2.1.1 Kecintaan Merek	20
2.1.2 Kualitas Merek Yang Dipersepsikan	23
2.1.3 Kepribadian Merek	25
2.1.4 Loyalitas Merek	27

2.1.5	Keterlibatan Aktif (<i>active engagement</i>).....	31
2.1.6	Kenangan Atas Merek	30
2.2.	Pengembangan Hipotesis	32
2.2.1	Hubungan Kualitas Merek Yang Dipersepsikan dan Kecintaan Merek	32
2.2.2	Hubungan Kepribadian Merek dan Kecintaan Merek	34
2.2.3	Hubungan Kecintaan Merek dan Loyalitas Merek	36
2.2.4	Hubungan Kecintaan Merek dan Keterlibatan Aktif (<i>active engagement</i>)	37
2.2.5	Kenangan Memoderasi Pengaruh Anteseden dan Kecintaan Merek	39
2.3	Model Penelitian	41
BAB 3 METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	42
3.2	Populasi Dan Sampel	44
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel	44
3.3	Definisi Operasional Variabel Dan Instrumen Penelitian.....	46
3.3.1	Kualitas Merek Yang Dipersepsikan	46
3.3.2	Dimensi Kesenangan dari Kepribadian Merek	47
3.3.3	Kecintaan Merek	48
3.3.4	Loyalitas Merek	49
3.3.5	Keterlibatan Aktif (<i>active engagement</i>)	49
3.3.6	Kenangan (<i>Memories</i>)	50
3.4	Obyek Penelitian	51



3.5 Dimensi Waktu	53
3.6 Instrumen Penelitian	54
3.7 Metode Pengujian Instrumen	55
3.7.1 Uji Validitas	55
3.7.2 Uji Reliabilitas	56
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.7.4 Analisis Moderasi	59
3.8 <i>Pretest</i> (Pengujian Pra Instrumen Penelitian)	61
3.8.1 Hasil Pengujian Validitas	61
3.8.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
BAB 4 PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Pengumpulan Data	67
4.2 Karakteristik Responden	68
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Sampel Besar	74
4.3.1 Hasil Uji Validitas	74
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	78
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Responden	70
4.5 Uji Multikolinieritas	82
4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	83
4.6.1 Pengujian Hipotesis I (H1)	86
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2)	87
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3)	89
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4)	90
4.6.5 Pengujian Moderasi Hipotesis 5 (5a dan 5b)	91



BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	95
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya	97
5.3 Implikasi Manajerial	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Membahas Kecintaan Merek.....	22
Tabel 3.1. Pengukuran Item Kualitas Merek Yang Dipersepsikan.....	47
Tabel 3.2. Pengukuran Item Dimensi Kesenangan dari Kepribadian Merek	48
Tabel 3.3. Pengukuran Item Kecintaan Merek	48
Tabel 3.4. Pengukuran Item Loyalitas Merek	49
Tabel 3.5. Pengukuran Item Keterlibatan Aktif	50
Tabel 3.6. Pengukuran Item Kenangan atas Merek.....	51
Tabel 3.7. Sumber dan Item Pernyataan dari Variabel yang Digunakan	54
Tabel 3.8. KMO and Bartlett's Test	62
Tabel 3.9. Hasil Pengujian Validitas Pada Pretest	63
Tabel 3.10. Hasil Pengujian Reliabilitas	65
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Saku Perbulan	71
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Laptop Merek Asus	72
Tabel 4.7. KMO and Bartlett's Test	74
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Rotated Component Matrix	77



Tabel 4.9 Variabel dan Item Pernyataan yang Terpakai	77
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
Tabel 4.11 Nilai Rerata Tiap Item Pernyataan	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda	84
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Dalam Menentukan Moderasi	92
Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Dimensi kepribadian merek	26
Gambar 2.2. Model Penelitian	41
Gambar 3.1. Model Analisis Moderasi	60
Gambar 4.1 Model Penelitian dan Hasil Uji Hipotesis	94