

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kontribusi Penelitian	16
1.5.1 Kontribusi Empiris	16
1.5.2 Kontribusi Praktis	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Social Identity Theory	19
2.1.2 Komunitas Merek	21
2.1.3 Loyalitas Merek	26
2.1.4 Komitmen pada Komunitas Merek	29
2.1.5 Hubungan Konsumen dengan Merek dan Konsumen Lain Pada Komunitas lain pada komunitas merek	32
2.1.6 Partisipasi Konsumen	35
2.2 Pengembangan Hipotesis	38
2.2.1 Pengaruh Tingkat Partisipasi pada Komunitas Terhadap Kualitas Hubungan Konsumen dengan Sesama Konsumen dan Merek	38
2.2.2 Pengaruh Kualitas Hubungan Konsumen Dengan Merek terhadap Komitmen Komunitas dan loyaltias merek	40
2.2.3 Pengaruh Kualitas Hubungan Konsumen dengan Sesama Konsumen Terhadap Komitmen Komunitas dan Loyalitas Merek	41
2.2.4 Pengaruh Komitmen Komunitas Terhadap Loyalitas Merek	42
2.3 Model Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.2.1 Kriteria Komunitas Merek	47
3.2.2 Kriteria Responden	48
3.2.3 Ukuran Sampel	49

3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran	50
3.4.1 Tingkat Partisipasi Konsumen	50
3.4.2 Kualitas Hubungan Konsumen dengan Merek	50
3.4.3 Kualitas Hubungan Konsumen dengan Konsumen Lain	51
3.4.4 Komitmen Pada Komunitas	51
3.4.5 Loyalitas Merek	52
3.5 Uji Instrumen Penelitian	52
3.5.1 Uji Validitas	52
3.5.2 Uji Reliabilitas	54
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.6.1 Metode Analisa Data	55
3.7 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Pengumpulan Data	56
4.2 Deskripsi Responden	56
4.3 Hasil Uji Instrumen	59
4.3.1 Hasil Uji Validitas	59
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.4 Statistik Deskriptif	63
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	64
4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	66
4.6.1 Hipotesis 1a	66
4.6.2 Hipotesis 1b	67
4.6.3 Hipotesis 2a dan 2b	69
4.6.4 Hipotesis 3a dan 3b	71
4.6.5 Hipotesis 4	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Implikasi penelitian	76
5.2.1 Implikasi Teoritis	76
5.2.2 Implikasi Manajerial	77
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya	78
Daftar Kepustakaan.....	79
Lampiran 1	85
Lampiran 2	88

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Sepeda Motor Yogyakarta 2016-2017	11
Tabel 4.1 Profil Responden	56
Tabel 4.2 Profil Responden dengan Komunitas	58
Tabel 4.3 Keluaran Uji Validitas Konvergen	60
Tabel 4.4 Keluaran Uji Validitas Diskriminan	61
Tabel 4.5 Keluaran Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.6 Mean dan Standar Deviasi	63
Tabel 4.7 Path Coefficients	64
Gambar 1.1 Consumer-Brand Triad Relationship	5
Gambar 2.1 Pola Pembentukan Komunitas Merek	23
Gambar 2.2 Consumer-Brand Triad Relationship	33
Gambar 2.3 Consumer centric model	33
Gambar 2.4 Model Penelitian	45