

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan teori	9
2.1.1 Rasa Komunitas	9
2.1.2 Identifikasi Merek	10

2.1.3	Kecintaan Merek	12
2.1.4	Loyalitas Merek	14
2.2	Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1	Pengaruh rasa komunitas terhadap identifikasi merek.....	16
2.2.2	Pengaruh identifikasi merek terhadap loyalitas merek.	17
2.2.3	Pengaruh identifikasi merek terhadap kecintaan merek.....	18
2.2.4	Pengaruh kecintaan merek terhadap loyalitas merek.	18
2.3	Model Penelitian.....	19
BAB III METODA PENELITIAN		20
3.1	Desain Penelitian	20
3.2	Metoda Pengumpulan Data	20
3.3	Instrumen Penelitian.....	22
3.3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
3.3.2	Uji Instrumen	24
3.4	Teknik Analisis Data	26
3.5	Uji Normalitas & <i>Outlier</i>	27
3.6	Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	27
3.7	Pengujian Model.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Hasil Pengumpulan Data	29
4.2	Profil dan Karakteristik Responden.....	29
4.3	Uji Normalitas dan Outliers	31
4.4	Hasil Uji Instrumen	32

4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	32
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	34
4.5	Statistik Deskriptif.....	35
4.6	Model Persamaan Struktural.....	37
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis.....	39
4.7.1	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 1.....	40
4.7.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 2.....	41
4.7.3	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 3.....	42
4.7.4	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 4.....	43
BAB V SIMPULAN.....		44
5.1	Simpulan.....	44
5.2	Implikasi.....	44
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	46
5.4	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....		48
LAMPIRAN.....		54