

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.2.1. Kesenjangan Teoritis Pertama	14
1.2.2. Kesenjangan Teoritis Kedua	17
1.2.3. Kesenjangan Empiris.....	21
1.3. Pertanyaan Penelitian	27
1.4. Tujuan Penelitian	28
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	28
1.6. Sistematika Penelitian	30
 BAB II. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS	 31
2.1. Teori identitas sosial	31
2.2. Keterhubungan konsumen-merek	36
2.3. Komitmen merek	37
2.4. Rasa kebersamaan komunitas merek	40
2.5. Kecintaan merek	44
2.6. Komitmen komunitas merek	46
2.7. Identifikasi komunitas merek	48

2.8.	Keterlekatan merek	50
2.9.	Pengaruh keterlekatan merek pada rasa kebersamaan komunitas komunitas merek	53
2.10.	Pengaruh identifikasi komunitas merek pada rasa kebersamaan komunitas merek	54
2.11.	Pengaruh keterlekatan merek pada kecintaan merek	56
2.12.	Pengaruh identifikasi komunitas merek pada komitmen komunitas merek	58
2.13.	Pengaruh kecintaan merek pada rasa kebersamaan komunitas merek	61
2.14.	Pengaruh rasa kebersamaan komunitas merek pada komitmen komunitas merek	63
2.15.	Pengaruh keterlekatan merek pada komitmen merek	64
2.16.	Pengaruh kecintaan merek pada komitmen merek	66
2.17.	Pengaruh rasa kebersamaan komunitas merek pada komitmen merek	68
2.18.	Pengaruh komitmen komunitas merek pada komitmen merek	70
2.19.	Model penelitian	73
 BAB. III. METODE PENELITIAN		 82
3.1.	Strategi Riset	82
3.2.	Definisi operasional dan pengukuran variabel	83
3.2.1.	Definisi operasional	83
3.2.1.	Keterlekatan merek	83
3.2.2.	Identifikasi komunitas merek	84
3.2.3.	Kecintaan merek	84
3.2.4.	Rasa kebersamaan komunitas merek	85
3.2.5.	Komitmen komunitas merek	86
3.2.6.	Komitmen merek	86
3.3.	Desain pengambilan sampel	87
3.3.1.	Definisi Populasi	87

3.3.2.	Teknik Pengambilan Sampel	88
3.3.3.	Ukuran Sampel	88
3.4.	Lokasi penelitian	90
3.5.	Obyek penelitian	89
3.6.	Metode pengumpulan data	92
3.7.	Instrumen Penelitian	93
3.8.	Pengujian instrumen	93
3.8.1.	Metode pengujian validitas instrumen	93
3.8.2.	Metode pengujian reliabilitas instrumen	95
3.9.	Uji pendahuluan	95
3.10.	Hasil pengujian validitas	96
3.11.	Hasil pengujian reliabilitas	99
3.12.	Metode analisis data	100
3.13.	Interpretasi hasil.....	104
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		105
4.1.	Alur Pembahasan	105
4.2.	Pengumpulan Data dan Distribusi Kuesioner.....	106
4.2.1.	Pengumpulan Data	106
4.2.2.	Distribusi kuesioner	106
4.3	Karakteristik responden	107
4.4.	Evaluasi Model Pengukuran	111
4.5.	Karakteristik data penelitian.....	115
4.5.1.	Statistik Deskriptif	115
4.5.2.	Deskripsi Karakteristik Data Penelitian dengan Rerata Konstruk	117
4.5.3.	Normalitas data	122
4.6.	Model Struktural	124
4.7.	Hasil pengujian hipotesis	128
4.7.1.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 1	128
4.7.2.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 2	132

4.7.3.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 3	136
4.7.4.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 4	139
4.7.5.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 5	143
4.7.6.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 6	146
4.7.7.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 7	148
4.7.8.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 8	152
4.7.9.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 9	155
4.7.10.	Pembahasan hasil pengujian Hipotesis 10	157
4.8.	Ringkasan hasil pengujian hipotesis	160
BAB V. PENUTUP.....		163
5.1.	Pendahuluan	163
5.2.	Simpulan	163
5.3.	Kontribusi Penelitian	169
5.3.1.	Kontribusi teoritis	169
5.3.2.	Kontribusi praktis	174
5.4.	Keterbatasan dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya	178
DAFTAR PUSTAKA		180
LAMPIRAN		191

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1. Nilai KMO dan uji Bartlett	96
3.2. <i>Rotated Component Matrix</i>	98
3.3. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	98
3.4. Hasil Uji Reliabilitas	99
3.5. Evaluasi Atas Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	101
4.1. Tingkat pengembalian kuesioner	108
4.2. Karakteristik responden	109
4.3. Parameter uji validitas model pengukuran SEM	112
4.4. Nilai pemuatan faktor pengukuran konstruk	113
4.5. Nilai Akar AVE dan korelasi antar variabel	114
4.6. Nilai AVE, <i>Cronbach alpha</i> , dan <i>Composite Reliability</i>	115
4.7. Karakteristik data penelitian	115
4.8. Rerata Konstruk berdasarkan Karakteristik Responden.....	117
4.9. Rerata Konstruk berdasarkan Komunitas Merek Sepeda Motor ..	119
4.10. Rerata Konstruk Berdasarkan Merek Sepeda Motor	121
4.11. Rerata Konstruk berdasarkan Kategori Sepeda Motor	122
4.12. Normalitas multivariat	123
4.13. <i>Goodness of fit</i> model empiris	125
4.14. Hasil Pengujian Hipotesis.....	161

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1. Alur kesenjangan Penelitian.....	26
2.1. Model Penelitian Carlson dkk (2008).....	74
2.2. Model Penelitian Belaid dan Behi (2011)	75
2.3. Model Penelitian Zhou dkk (2012)	76
2.4. Model Penelitian Loureiro dkk (2012)	77
2.5. Model Penelitian Albert dan Merunka (2013)	78
2.6. Model Penelitian	81
4.1. Model Struktural	162