



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Lingkup Penelitian	10
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Cause Related Marketing	13
2.1.2 Merek	14
2.1.3 Kekhasan Merek	15
2.1.4 Kredibilitas Merek	16
2.1.5 Daya Tarik Merek	17
2.1.6 Identifikasi Konsumen-Merek	18
2.1.7 Sikap Terhadap Merek	19
2.1.8 Kesetiaan Konsumen	20



2.1.9	Industri Fesyen.....	21
2.2	Kajian Penelitian Terdahulu	24
2.3	Perumusan Hipotesis	28
2.3.1	Pengaruh Citra <i>Cause-related Marketing</i> pada Kekhasan Merek	28
2.3.2	Pengaruh Citra <i>Cause-related Marketing</i> pada Kredibilitas Merek	30
2.3.3	Pengaruh Kekhasan Merek pada Daya Tarik Merek	31
2.3.4	Pengaruh Kredibilitas Merek pada Daya Tarik Merek	32
2.3.5	Pengaruh Daya Tarik Merek pada Identifikasi Konsumen-Merek	33
2.3.6	Pengaruh Identifikasi Konsumen-Merek pada Sikap Terhadap Merek 34	
2.3.7	Pengaruh Identifikasi Konsumen-Merek pada Kesetiaan Konsumen	36
2.3.8	Pengaruh Sikap Terhadap Merek pada Kesetiaan Konsumen	37
2.4	Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Definisi Operasional	40
3.3	Metode Pengumpulan Data	42
3.3.1	Populasi dan Sampel	42
3.4	Instrumen Penelitian	43
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian	45
3.5.1	Uji Validitas	45
3.5.2	Uji Reliabilitas	46
3.6	Metode Analisis Data	46
3.7	Pengujian Hipotesis	47
3.7.1	Uji F	47
3.7.2	Uji t	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Hasil Pengumpulan Data	49
4.2	Hasil Uji Instrumen	49
4.2.1	Hasil Uji Validitas	49
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.3	Pembahasan Kualifikasi Responden	52
4.4	Analisis Profil Responden	53



4.4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	54
4.4.3	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
4.4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Rutin per Bulan.....	56
4.4.6	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin per Bulan	57
4.4.7	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	57
4.4.8	Profil Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	58
4.5	Analisis Statistik Deskriptif.....	58
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	60
4.6.1	Hasil Uji Regresi Sederhana dan Regresi Berganda.....	60
4.7	Pembahasan Hasil.....	64
4.7.1	Pembahasan Hasil Hipotesis 1	64
4.7.2	Pembahasan Hasil Hipotesis 2	64
4.7.3	Pembahasan Hasil Hipotesis 3	65
4.7.4	Pembahasan Hasil Hipotesis 4.....	66
4.7.5	Pembahasan Hasil Hipotesis 5	66
4.7.6	Pembahasan Hasil Hipotesis 6.....	67
4.7.7	Pembahasan Hasil Hipotesis 7	68
4.7.8	Pembahasan Hasil Hipotesis 8.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Implikasi	72
5.3	Keterbatasan.....	73
5.4	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....		76



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Faktor	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.4 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.5 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.6 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.7 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.8 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Rutin per Bulan.....	56
Tabel 4.9 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin per Bulan	57
Tabel 4.10 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ..	57
Tabel 4.11 Hasil Analisis Profil Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	58
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Pendapatan Industri Fesyen Global	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	39
Gambar 4.1 Pendapat Responden tentang Uniqlo Recycle	52
Gambar 4.2 Hasil Regresi	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	86
Lampiran 3 Statistik Deskriptif Profil Responden	90
Lampiran 4 Statistik Deskriptif Variabel	93
Lampiran 5 Analisis Regresi	96



PENGARUH IDENTIFIKASI KONSUMEN-MERKEK PADA KESETIAAN KONSUMEN UNIQLO
AYA PUTRI ARGATIKA, Bayu Sutikno, S.E., Cand.Merc., Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA