

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	13
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	16
2.1    Telaah Pustaka.....	16
2.1.1    Pengalaman Merek .....	16
2.1.2    Kecintaan terhadap Merek .....	18
2.1.3    Loyalitas Merek.....	20
2.1.4    Willingness to pay premium price .....	21
2.2    Penelitian Terdahulu .....	23
2.3    Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1    Pengaruh pengalaman merek terhadap kecintaan terhadap merek .....	28
2.3.2    Pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek.....	29
2.3.3    Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap <i>willingness to Pay Premium Price</i> .....	30

2.3.4	Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap loyalitas merek .	31
2.3.5	Pengaruh pengalaman merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	32
2.3.6	Pengaruh loyalitas merek terhadap <i>Willingness to pay premium price</i> .....	34
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.1.1	Data Primer .....	36
3.1.2	Data Sekunder .....	36
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
3.2.1	Populasi Penelitian .....	37
3.2.2	Sampel Penelitian .....	37
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	38
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.5	Teknik Analisis .....	44
3.5.1	Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	45
3.5.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	46
3.5.3	Evaluasi Kecocokan dan Kebaikan Model .....	47
3.5.4	Metode Pengujian Hipotesis .....	48
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>		<b>51</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif .....	51
4.1.1	Deskripsi Data .....	51
4.1.2	Deskripsi Responden.....	51
4.1.3	Statistik Deskriptif .....	52
4.2	Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	55
4.2.1	Uji Validitas .....	55
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	61
4.3	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	62
4.3.1	Uji Multikolinearitas.....	63

4.3.2	Uji Kesesuaian Model .....	63
4.3.3	Uji Koefisien Jalur .....	64
4.4	Evaluasi Kecocokan dan Kebaikan Model.....	66
4.4.1	Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.4.2	Uji Relevansi Prediktif (Q-square) .....	66
4.4.3	Uji F Square.....	67
4.5	Pengujian Hipotesis .....	68
4.5.1	Uji Hipotesis.....	68
4.5.2	Uji Mediasi .....	70
4.6	Analisis Pengaruh .....	71
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
4.7.1	Pengaruh pengalaman merek terhadap kecintaan terhadap merek.....	72
4.7.2	Pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek.....	73
4.7.3	Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	73
4.7.4	Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap loyalitas merek .	74
4.7.5	Pengaruh pengalaman merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	74
4.7.6	Pengaruh loyalitas merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	75
4.7.7	Kecintaan terhadap merek memediasi pengaruh pengalaman merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	75
4.7.8	Kecintaan terhadap merek memediasi pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek .....	76
4.7.9	Loyalitas merek memediasi pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	76
4.7.10	Kecintaan terhadap merek dan loyalitas merek memediasi pengaruh pengalaman merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	77

4.7.11	Loyalitas merek memediasi pengaruh pengalaman merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	77
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>79</b>
5.1	Ringkasan Penelitian .....	79
5.2	Kesimpulan .....	79
5.2.1	Pengaruh pengalaman merek terhadap kecintaan terhadap merek .....	79
5.2.2	Pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek.....	80
5.2.3	Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	81
5.2.4	Pengaruh kecintaan terhadap merek terhadap loyalitas merek .	81
5.2.5	Pengaruh pengalaman merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	82
5.2.6	Pengaruh loyalitas merek terhadap <i>willingness to pay premium price</i> .....	83
5.3	Kesimpulan atas Masalah Penelitian .....	83
5.4	Implikasi .....	86
5.4.1	Implikasi Teoritis .....	86
5.4.2	Implikasi Manajerial.....	88
5.5	Keterbatasan Penelitian .....	90
5.6	Agenda Penelitian Mendatang .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>95</b>