

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>Brand Resonance Model</i> .....	9
2.1.2 Merek .....	12
2.1.3 <i>Brand Identity</i> .....	16
2.1.4 <i>Brand Awareness</i> .....	19
2.1.5 <i>Brand Loyalty</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Identity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	28

2.3.3 Pengaruh <i>Brand Identity</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	28
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Dalam Memediasi <i>Brand Identity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	33
3.1.1 Variabel Penelitian .....	33
3.1.2 Definisi Operasional.....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi .....	34
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	36
3.3.1 Jenis Data .....	36
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5 Teknis Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.5.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	39
3.5.4 Uji Hipotesis .....	39
3.5.5 Uji Sobel .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>41</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	42
4.2 Analisis Data .....	45
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Data .....	45
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.3 Hasil Analisis Jalur.....	50
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis .....	54
4.2.4.1 Uji Parsial.....	54
1. Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Mediasi.....	54
2. Pengaruh Variabel Mediasi terhadap Variabel Dependen .....	54

3. Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen ...	54
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	55
1. Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Mediasi.....	55
2. Pengaruh Variabel Mediasi terhadap Variabel Dependen .....	55
3. Pengaruh Variabel Mediasi terhadap Variabel Dependen .....	56
4.2.5 Hasil Uji Sobel .....	57
4.3 Interpretasi Hasil .....	58
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Identity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	58
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	59
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Identity</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	60
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Dalam Memediasi <i>Brand Identity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	60
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
5.1 Simpulan .....	62
5.2 Implikasi Teoritis.....	63
5.3 Implikasi Manajerial .....	64
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	65
5.5 Agenda Penelitian Mendatang.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>