

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR 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>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPRIAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 <i>Research Gap</i> .....	11
1.3 Perumusan Masalah .....	16
1.4 Masalah Penelitian .....	18
1.5 Pertanyaan Penelitian .....	19
1.6 Tujuan Penelitian .....	21
1.7 Manfaat Penelitian .....	22
1.7.1 Manfaat Teoritis .....	23
1.7.2 Manfaat Praktis .....	23
1.8 Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>26</b>
2.1 Landasan Teori Untuk Menyelesaikan Masalah .....	26
2.1.1 <i>Resource Advantage Theory of Competition (R-A Theory)</i> .....	26
2.2 Pengertian Variabel .....	28
2.2.1 Transparansi Merek .....	28
2.2.2 Keinovatifan Merek .....	31
2.2.3 Keterkenalan Merek .....	33

2.2.4 Kepercayaan Merek .....	35
2.2.5 Keterlibatan Komunitas Merek.....	38
2.2.6 Evangelisme Merek.....	40
2.2.7 Loyalitas Merek .....	43
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1 Pengaruh Transparansi Merek terhadap Kepercayaan Merek .....	45
2.3.2 Pengaruh Keinovatifan Merek terhadap Kepercayaan Merek.....	47
2.3.3 Pengaruh Keterkenalan Merek terhadap Keterlibatan Komunitas Merek .....	50
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.....	53
2.3.5 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Evangelisme Merek .....	55
2.3.6 Pengaruh Keterlibatan Komunitas Merek terhadap Loyalitas Merek...	58
2.3.7 Pengaruh Keterlibatan Komunitas Merek terhadap Evangelisme Merek .....	61
2.3.8 Pengaruh Evangelisme Merek terhadap Loyalitas Merek.....	64
2.4 Kerangka Penelitian .....	66
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>68</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	68
3.1.1 Variabel Penelitian .....	68
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	69
3.2 Populasi dan Sampel.....	72
3.2.1 Populasi .....	72
3.2.2 Sampel .....	72
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	74
3.3.1 Jenis Data.....	74
3.3.2 Sumber Data .....	74
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	75
3.4.1 Kuesioner.....	75
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	77
3.5 Metode Analisis.....	77
3.5.1 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	77

3.6 Tahapan Penelitian.....	79
3.6.1 Pengumpulan data.....	79
3.6.2 Analisis Univariat.....	79
3.6.3 Analisis Multivariat.....	79
3.6.4 Asumsi-Asumsi SEM.....	84
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>88</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	88
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	88
4.1.2 Deskripsi Umum Responden .....	89
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	92
4.2 <i>Analisis Structural Equation Model (SEM)</i> .....	104
4.2.1 Penilaian Asumsi yang Digunakan dalam SEM .....	104
4.2.2 <i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i> .....	110
4.2.3 <i>Reliability dan Variance Extracted</i> .....	117
4.2.4 Uji Struktural .....	119
4.2.5 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i> .....	128
4.3 Interpretasi Hasil .....	131
4.3.1 Pengaruh Transparansi Merek terhadap Kepercayaan merek.....	131
4.3.2 Pengaruh Keinovatifan merek terhadap Kepercayaan merek.....	132
4.3.3 Pengaruh Keterkenalan merek terhadap Keterlibatan Komunitas Merek .....	133
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.....	134
4.3.5 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Evangelisme Merek.....	136
4.3.6 Pengaruh Keterlibatan Komunitas Merek terhadap Loyalitas Merek. 137	
4.3.7 Pengaruh Keterlibatan Komunitas merek terhadap Evangelisme Merek .....	139
4.3.8 Pengaruh Evangelisme Merek terhadap Loyalitas Merek.....	140
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>142</b>
5.1 Simpulan .....	142
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis .....	142
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	146

5.2 Implikasi Teoritis.....	150
5.3 Implikasi Manajerial.....	152
5.4 Keterbatasan.....	153
5.5 Saran Penelitian.....	155
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>158</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>170</b>