

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	14
2.1.2. <i>Consumer Animosity</i> .....	17
2.1.3. <i>Boycott Participation</i> .....	20
2.1.4. <i>Product Judgment</i> .....	21
2.1.5. <i>Brand Loyalty</i> .....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	26
2.3.1. Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> Terhadap <i>Boycott Participation</i> ....	26
2.3.2. Pengaruh <i>Boycott Participation</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	28
2.3.3. Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> Terhadap <i>Product Judgment</i> .....	29
2.3.4. Pengaruh <i>Product Judgment</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	30
2.3.5. Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	31

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.1.1. Variabel Penelitian.....	34
3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.2. Populasi dan Sampel .....	37
3.2.1. Populasi.....	37
3.2.2. Sampel.....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5. Teknik Analisis Data .....	41
3.5.1. Uji <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	41
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	49
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.2. Gambaran Umum Responden .....	50
4.2. Hasil Pengolahan Data .....	54
4.2.1. Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	55
4.2.2. Hasil Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	61
4.2.3. Hasil Evaluasi Normalitas Data .....	66
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis .....	68
4.3. Pembahasan .....	72
4.3.1. Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> Terhadap <i>Boycott Participation</i> ....	72
4.3.2. Pengaruh <i>Boycott Participation</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	72
4.3.3. Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> Terhadap <i>Product Judgment</i> .....	73
4.3.4. Pengaruh <i>Product Judgment</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	74
4.3.5. Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	74
BAB V PENUTUP.....	76
5.1. Simpulan.....	76
5.2. Implikasi Penelitian .....	77
5.2.1. Implikasi Teoritis .....	77
5.2.2. Implikasi Praktis .....	78
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	79
5.4. Agenda Penelitian Mendatang.....	80

