

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	15
1.4 Sistematika Penulisan .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Pemasaran .....	17
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	18
2.1.3 Tipe-tipe Perilaku Konsumen .....	19
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	21
2.1.5 Loyalitas Merek .....	27
2.1.6 Merek .....	30
2.1.7 <i>Brand Community</i> .....	32
2.2 Hubungan Brand Community dengan Loyalitas Merek .....	45
2.3 Penelitian Terdahulu .....	48
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	49
2.5 Hipotesis Pemikiran .....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	52
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	54
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	54
3.5 Metode Analisis Data .....	55
3.5.1 Analisis Kuantitatif .....	55
3.5.1.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	56
3.5.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.1.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	59
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	62

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	62
4.1.2 Profil <i>Community of Megapro Motorcycle Multiform</i> .....	63
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	64
4.1.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.1.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	65
4.1.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
4.2 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	67
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentaang Legitimasi.....	68
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Loyalitas Merek Oposisi.....	70
4.2.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Merayakan sejarah Merek.....	71
4.2.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Berbagi Cerita Merek.....	72
4.2.5 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Integrasi dan Mempertahankan Anggota.....	73
4.2.6 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Membantu Dalam Penggunaan Merek.....	74
4.2.7 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentsng Loyalitas Merek.....	75
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas.....	76
4.3.1 Uji Validitas.....	76
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	78
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.5.1 Uji Normalitas.....	81
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	82
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	83
4.6 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	84
4.6.1 Uji t.....	84
4.6.2 Uji F.....	89
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	90
4.7 Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Keterbatasan.....	96
5.3 Saran.....	96
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan.....	96
5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100