

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PLAGIASI.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengalaman Merek.....	12
2.1.1 Definisi Teori	12
2.1.2 Indikator Pengalaman Merek	13
2.2 Cinta Merek.....	13
2.2.1 Definisi Teori	13
2.2.2 Indikator Cinta Merek	15
2.3 Ekuitas Merek	15
2.3.1 Definisi Teori	15
2.3.2 Indikator Ekuitas Merek.....	16
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Model Penelitian	23
2.6 Pengembangan Hipotesis	23
2.6.1 Hubungan Pengalaman Merek dengan Ekuitas Merek	23
2.6.2 Hubungan Pengalaman Merek dengan Cinta Merek.....	24
2.6.3 Hubungan Cinta Merek dengan Ekuitas Merek	24
2.6.4 Cinta Merek Sebagai Variabel Mediasi Antara Pengalaman Merek dan Ekuitas Merek	25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	26
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.3 Data Penelitian	27
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Variabel Penelitian	28
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Uji <i>Outer Model</i> (Pengukuran)	37
3.6.2 Uji <i>Inner Model</i> (Struktural).....	37
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Karakteristik Responden	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Merek (X)	42
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (Y).....	44
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Cinta Merek (Z).....	46
4.3 Analisis Model PLS	47
4.4 Pengujian <i>Outer Model</i>	48
4.4.1 Pengujian Validitas Konvergen.....	48
4.4.2 Pengujian Validitas Diskriminan	50
4.4.3 Pengujian Reliabilitas.....	52
4.5 Pengujian <i>Inner Model</i>	52
4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.5.2 Predictive Relevance (Q^2).....	53
4.5.3 Uji Hipotesis.....	53
4.5 Pembahasan.....	56
4.5.1 Pengaruh Pengalaman Merek (X) terhadap Ekuitas Merek (Y) Pada Toyota Kijang Innova.....	56
4.5.2 Pengaruh Pengalaman Merek (X) terhadap Cinta Merek (Z)	57
4.5.3 Pengaruh Cinta Merek (Z) terhadap Ekuitas Merek (Y).....	58

4.5.4 Peran Cinta Merek (Z) dalam Memediasi Antara Pengalaman Merek dan Ekuitas Merek	59
BAB 5 PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	68

