

## DAFTAR ISI

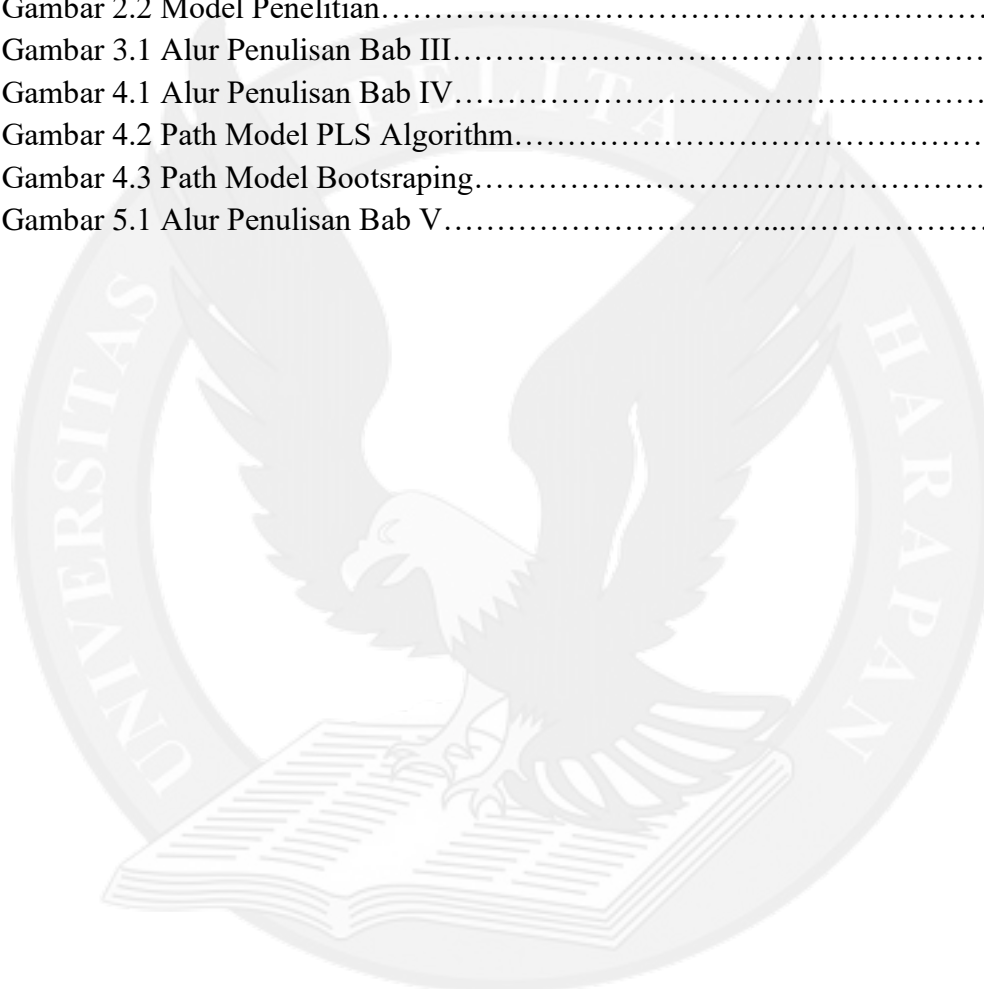
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	13
1.4.1 Kontribusi Teoritis .....	13
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	14
1.5 Pembatasan Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR</b> .....	<b>17</b>
2.1 Brand Identification .....	18
2.2 Self-Image Expression .....	19
2.3 Sense of Natural Environment.....	22
2.4 Layout .....	23
2.5 Brand Passion.....	25
2.6 Brand Love.....	26
2.7 Brand Pride .....	28
2.8 Brand Loyalty .....	29
2.9 Customer Experience .....	32
2.10 Pengembangan Hipotesis .....	34
2.10.1 Hubungan Antara Brand Identification dengan Brand Passion.....	34
2.10.2 Hubungan Antara Brand Identification dengan Brand Love.....	34
2.10.3 Hubungan Antara Brand Identification dengan Brand Pride .....	35
2.10.4 Hubungan Antara Brand Identification dengan Brand Loyalty .....	35
2.10.5 Hubungan Antara Self-Image Expression dengan Brand Passion ...	36
2.10.6 Hubungan Antara Self-Image Expression dengan Brand Love .....	36
2.10.7 Hubungan Antara Self-Image Expression dengan Brand Pride .....	37
2.10.8 Hubungan Antara Self-Image Expression dengan Brand Loyalty ...	37
2.10.9 Hubungan Antara Sense of Natural Environment dengan Brand .....	
Passion.....	38
2.10.10 Hubungan Antara Sense of Natural Environment dengan Brand .....	
Love.....	38

2.10.11 Hubungan Antara Sense of Natural Environment dengan Brand Pride .....	39
2.10.12 Hubungan Antara Sense of Natural Environment dengan Brand Loyalty .....	39
2.10.13 Hubungan Antara Layout dengan Brand Passion .....	39
2.10.14 Hubungan Antara Layout dengan Brand Love .....	40
2.10.15 Hubungan Antara Layout dengan Brand Pride .....	40
2.10.16 Hubungan Antara Layout dengan Brand Loyalty .....	41
2.10.17 Hubungan Antara Brand Passion dengan Brand Loyalty .....	41
2.10.18 Hubungan Antara Brand Love dengan Brand Loyalty .....	42
2.10.19 Hubungan Antara Brand Pride dengan Brand Loyalty .....	43
2.10.20 Hubungan Antara Customer Experience dengan Brand Loyalty .....	43
2.10.21 Moderasi Customer Experience Terhadap Brand Passion dan Brand Loyalty .....	44
2.10.22 Moderasi Customer Experience Terhadap Brand Love dan Brand Loyalty .....	44
2.10.23 Moderasi Customer Experience Terhadap Brand Pride dan Brand Loyalty .....	45
2.11 Model Penelitian .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Objek Penelitian .....	48
3.2 Unit Analisis .....	49
3.3 Tipe Penelitian .....	50
3.4 Pengukuran Variabel .....	51
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional .....	56
3.6 Populasi dan Sampel .....	56
3.7 Operasional dan Variabel Penelitian .....	57
3.8 Metode Pengumpulan Data .....	57
3.9 Metode Analisis Data .....	58
3.9.1 PLS-SEM ( <i>Partial Least Squares – Structural Equation Modeling</i> ) .....	58
3.9.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	58
3.9.3 Uji Validitas .....	59
3.9.4 Uji Reliabilitas .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Profil Responden .....	61
4.1.1 Jenis Kelamin .....	62
4.1.2 Usia .....	63
4.1.3 Domisili .....	63
4.2 Uji Studi Pendahuluan .....	64
4.2.1 Hasil Uji Validitas Konvergen & Diskriminan Studi Pendahuluan .....	65
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	71
4.3 Statistik Deskriptif .....	72
4.3.1 Brand Identification .....	73

4.3.2 Self-Image Expression .....	74
4.3.3 Layout .....	75
4.3.4 Sense of Natural Environment .....	77
4.3.5 Brand Passion .....	78
4.3.6 Brand Love .....	79
4.3.7 Brand Pride .....	81
4.3.8 Brand Loyalty .....	82
4.3.9 Customer Experience .....	83
4.4 Statistik Inferensial .....	84
4.4.1 Evaluasi Outer Moder .....	85
4.4.1.1 Uji Validitas Konvergen & Diskriminan Penelitian Aktual .....	85
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual .....	89
4.4.2 Evaluasi Inner Model .....	90
4.4.3 Uji Multikolinearitas .....	92
4.5 Pengujian Hipotesis .....	93
4.6 Pembahasan .....	106
4.7 Hasil Uji Bootstraping .....	125
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>126</b>
5.1 Kesimpulan .....	126
5.2 Implikasi Teoritis .....	128
5.3 Implikasi Manajerial .....	133
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	136
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>138</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>142</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Penulisan Bab I.....	1
Gambar 1.2 Grafik Produk Baru Perusahaan Retail.....	3
Gambar 1.3 <i>Positioning</i> Map H&M.....	4
Gambar 2.1 Alur Penulisan Bab II.....	17
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	46
Gambar 3.1 Alur Penulisan Bab III.....	48
Gambar 4.1 Alur Penulisan Bab IV.....	61
Gambar 4.2 Path Model PLS Algorithm.....	91
Gambar 4.3 Path Model Bootsraping.....	125
Gambar 5.1 Alur Penulisan Bab V.....	126



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	51
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	59
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	63
Tabel 4.4 Uji Validitas Konvergen BI.....	65
Tabel 4.5 Uji Validitas Konvergen SIE.....	65
Tabel 4.6 Uji Validitas Konvergen SON.....	66
Tabel 4.7 Uji Validitas Konvergen LY.....	67
Tabel 4.8 Uji Validitas Konvergen BPA.....	67
Tabel 4.9 Uji Validitas Konvergen BLV.....	68
Tabel 4.10 Uji Validitas Konvergen BPR.....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas Konvergen BLY.....	69
Tabel 4.12 Uji Validitas Konvergen CE.....	69
Tabel 4.13 Uji AVE Studi Pendahuluan.....	70
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas CE.....	71
Tabel 4.15 Uji Rentang Nilai & Kategori.....	72
Tabel 4.16 Uji Statistif Deskriptif BI.....	73
Tabel 4.17 Uji Statistik SIE.....	74
Tabel 4.18 Uji Statistik Deskriptif LY.....	75
Tabel 4.19 Uji Statistik Deskriptif SON.....	77
Tabel 4.20 Uji Statistik Deskriptif BPA.....	78
Tabel 4.21 Uji Statistik Deskriptif BLV.....	79
Tabel 4.22 Uji Statistik Deskriptif BPR.....	81
Tabel 4.23 Uji Statistik Deskriptif BLY.....	82
Tabel 4.24 Uji Statistik Deskriptif CE.....	83
Tabel 4.25 Uji Validitas Konvergen Aktual.....	85
Tabel 4.26 Uji AVE Penelitian Aktual.....	88
Tabel 4.27 Uji Validitas Diskriminan Aktual.....	88
Tabel 4.28 Composite Reliability Aktual.....	89
Tabel 4.29 Uji R-Square.....	91
Tabel 4.30 Uji Multikolinearitas (VIF).....	92
Tabel 4.31 Uji Hipotesis Bootstraping.....	93
Tabel 5.1 Perbandingan Desain Penelitian Uji .....	128