

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	5
KATA PENGANTAR	9
DAFTAR ISI.....	11
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Rumusan masalah.....	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	28
1.5 Batasan Penelitian	29
1.6 Sistematika Penulisan.....	29
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	31
2.1 Brand Identification.....	31
2.2 Self-image Expression.....	32
2.3 Sense of Natural Environment.....	34
2.4 Layout.....	34
2.5 Brand Passion	36
2.6 Brand love	37
2.7 Brand pride	38

2.8	Customer Experience.....	40
2.9	Brand Loyalty	43
2.10	Hubungan Antar Variabel.....	46
2. 10. 1.	Hubungan brand identification terhadap brand passion.....	46
2. 10. 2.	Hubungan brand identification terhadap brand love	47
2. 10. 3.	Hubungan brand identification terhadap brand pride.....	47
2. 10. 4.	Hubungan brand identification terhadap brand loyalty	48
2. 10. 5.	Hubungan self image expression terhadap brand passion.....	48
2. 10. 6.	Hubungan self image expression terhadap brand love.....	48
2. 10. 7.	Hubungan self image expression terhadap brand pride	49
2. 10. 8.	Hubungan self image expression terhadap brand loyalty.....	50
2. 10. 9.	Hubungan sense of natural environment terhadap brand	50
	passion	50
2. 10. 10.	Hubungan sense of natural environment terhadap brand love	50
2. 10. 11.	Hubungan sense of natural environment terhadap brand pride ...	51
2. 10. 12.	Hubungan sense of natural environment terhadap brand loyalty	52
2. 10. 13.	Hubungan layout terhadap brand passion.....	52
2. 10. 14.	Hubungan layout terhadap brand love.....	53
2. 10. 15.	Hubungan layout terhadap brand pride	53

2. 10. 16.	Hubungan layout terhadap brand loyalty	54
2. 10. 17.	Hubungan brand passion terhadap brand loyalty	54
2. 10. 18.	Hubungan brand love terhadap brand loyalty	55
2. 10. 19.	Hubungan brand pride terhadap brand loyalty	55
2. 10. 20.	Efek Moderasi Customer Experience Terhadap Brand Passion dan Brand Loyalty	56
2. 10. 21.	Efek Moderasi Customer Experience Terhadap Brand Pride dan Brand Loyalty	57
2. 10. 22.	Efek Moderasi Customer Experience Terhadap Brand Love dan Brand Loyalty	56
2. 10. 23.	Hubungan Antara Customer Experience dengan Brand Loyalty	57
2.11	Kerangka Penelitian.....	58
2.12	Model Penelitian.....	58
BAB III	METODE PENELITIAN.....	60
3. 1.	Paradigma Penelitian	60
3. 2.	Objek Penelitian	61
3. 3.	Jenis Penelitian	61
3. 4.	Pengukuran Variabel	62
3. 4. 1.	Variabel bebas (Independent Variabel).....	74
3. 4. 2.	Variabel terikat (Dependent Variabel).....	75

3.4.3.	Variabel moderasi (moderating variabel).....	75
3.5	unit analisis	75
3.6	populasi dan sampel	76
3.7	Teknik pengumpulan data	78
3.8	Data Analisis	79
3.8.1.	Studi Pendahuluan.....	79
3.8.2.	Uji Validitas	80
3.8.3.	Uji Reliabilitas	80
3.8.4.	Statistik Deskriptif	81
3.8.5.	Statistik Inferensial.....	82
3.8.6.	Partial Least Square (PLS).....	82
3.9	Evaluasi Model.....	83
3.9.1.	Outer Model	83
3.9.2.	Inner Model.....	84
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1	Profil Responden	85
4.1.1.	Jenis Kelamin	85
4.1.2.	Usia	86
4.2	Uji Studi Pendahuluan	88
4.2.1.	Uji Validitas Studi Pendahuluan	89

4.2.2.	Hasil Uji Realibilitas Studi Pendahuluan.....	95
4.3	Statistik Deskriptif.....	96
4.3.1.	Brand Identifiaction Tabel	98
4.4	Statistik Inferensial.....	114
4.4.1.	Model Pengukuran (Outer Model).....	114
4.4.2.	Model Pengukuran (Inner Model).....	130
4.5	Pengujian Hipotesis	132
4.6	Pembahasan	145
4.6.1.	Pembahasan Hipotesis I	145
4.6.2.	Pembahasan Hipotesis II.....	146
4.6.3.	Pembahasan Hipotesis III.....	147
4.6.4.	Pembahasan Hipotesis IV	147
4.6.5.	Pembahasan Hipotesis V.....	148
4.6.6.	Pembahasan Hipotesis VI	149
4.6.7.	Pembahasan Hipotesis VII	150
4.6.8.	Pembahasan Hipotesis VIII.....	151
4.6.9.	Pembahasan Hipotexix IX	152
4.6.10.	Pembahasan Hipotesis X.....	153
4.6.11.	Pembahasan Hipotesis XI	154
4.6.12.	Pembahasan Hipotesis XII.....	154

4. 6. 13. Pembahasan Hipotesis XIII.....	155
4. 6. 14. Pembahasan Hipotesis XIV.....	156
4. 6. 15. Pembahasan Hipotesis XV.....	157
4. 6. 16. Pembahasan Hipotesis XVI.....	157
4. 6. 17. Pembahasan Hipotesis XVII.....	158
4. 6. 18. Pembahasan Hipotesis XVIII.....	159
4. 6. 19. Pembahasan Hipotesis XIX.....	159
4. 6. 20. Pembahasan Hipotesis XX.....	160
4. 6. 21. Pembahasan Hipotesis XXI.....	161
4. 6. 22. Pembahasan Hipotesis XXII.....	162
4. 6. 23. Pembahasan Hipotesis XXIII.....	162
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....	164
5. 1. Kesimpulan.....	164
5. 2. Implikasi Teoritis.....	165
5. 3. Implikasi Manajerial.....	174
5. 4. Keterbatasan Penelitian.....	177
5. 5. Saran untuk peneliti selanjutnya.....	178
DAFTAR PUSTAKA.....	218