

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar belakang .....	1
1.2.Masalah Penelitian.....	6
1.3.Tujuan Penelitian.....	9
1.4.Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5.Manfaat penelitian .....	11
1.6.Sistematika Penelitian .....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI .....	13
2.1. <i>Brand</i> .....	13
2.2. <i>Brand Loyalty</i> .....	15
2.3. <i>Brand Experience</i> .....	18
2.4. <i>Perceived Value</i> .....	20
2.5. <i>Brand Trust</i> .....	22
2.5. <i>Brand Love</i> .....	23
2.6. Pengembangan Hipotesis.....	26
2.7. Penelitian Terdahulu .....	31

<b>2.8. Model Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1.Objek Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>3.2.Unit Analisis .....</b>	<b>34</b>
<b>3.3.Jenis dan Sumber Data Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>3.4.Variabel Penelitian.....</b>	<b>37</b>
<b>3.5.Definisi Konseptual dan Operasional.....</b>	<b>38</b>
<b>3.6.Populasi dan Sampel.....</b>	<b>43</b>
<b>3.7.Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>44</b>
<b>3.8.Metode Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
<b>3.10.Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>3.11. Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>52</b>
<b>3.12. Hasil Uji Pre test (Pendahuluan) .....</b>	<b>53</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
<b>4.1 Profil Responden.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2. Deskripsi Konstruk Penelitian.....</b>	<b>59</b>
<b>4.3. Pembahasan.....</b>	<b>72</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>82</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
<b>5.1. Kesimpulan Penelitian.....</b>	<b>82</b>
<b>5.2. Implikasi Managerial.....</b>	<b>82</b>
<b>5.3. IPMA .....</b>	<b>84</b>
<b>5.4. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>86</b>
<b>5.5. Saran untuk Penelitian Mendatang.....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Produk Tas Branded di Indonesia Tahun 2018-2020.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1. Unit Analisis.....	34
Tabel 3.2 Variabel.....	36
Tabel 3.3. Tabel Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	38
Table 3.4. PLS-SEM Tabel.....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 3.6. Nilai AVE Pre test.....	58
Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Pre test.....	54
Tabel 4.1 Profil Responden.....	55
Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas Aktual Tes.....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Cross Loading.....	59
Tabel 4.4 AVE Tabel.....	61
Tabel 4.5 Actual test Discriminant Validity (Fornel Lacker).....	61
Tabel 4.6 VIF Tabel.....	62
Tabel 4.7 Hasil Inner Model.....	64
Tabel 4.6 Goodness of Fit Test.....	67
Tabel 4.7 Hasil Struktural Model.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Proyeksi jumlah kelas menengah di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Hasil Pra Survey Konsumen Louis Vuitton.....	7
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Path Model Outer Model .....	66
Gambar 4.2 Path Model Inner Model .....	66
Gambar 5.1.Importance Performance Matrix Analysis.....	83
Gambar 5.2.Importance Performance Matrix Analysis.....	84

