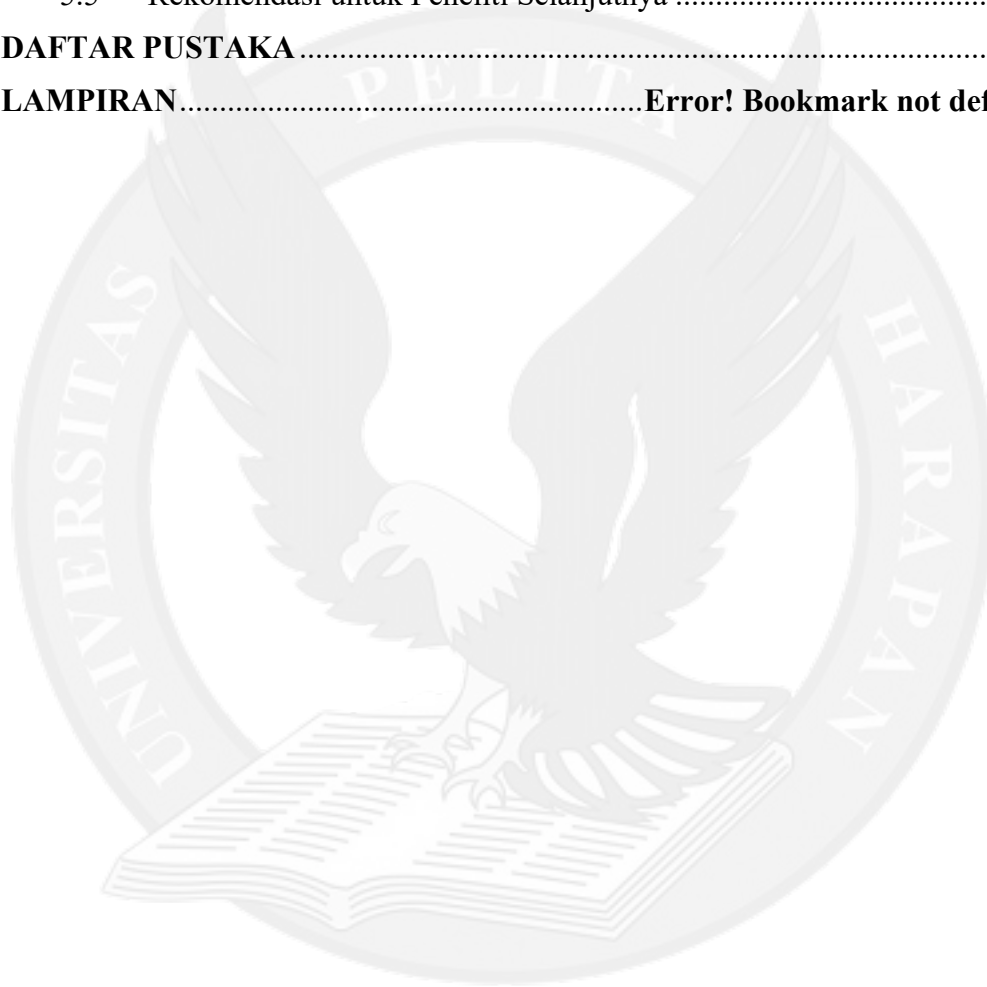


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.6 Kontribusi Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	14
2.1 Variabel Penelitian.....	14
2.1.1 <i>Brand</i>	14
2.1.2 Brand Experience.....	15
2.1.3 Brand Satisfaction	17
2.1.4 Brand Attitude.....	18
2.1.5 Brand Attachment.....	18
2.1.6 Brand Loyalty.....	19
2.2 Hubungan antar Variabel.....	20
2.2.1 Brand Experience dan Brand Satisfaction.....	20
2.2.2 Hubungan Brand Satisfaction dan Brand Attitude	21
2.2.3 Hubungan <i>Brand Satisfaction</i> dan <i>Brand Attachment</i>	22
2.2.4 Hubungan Brand Satisfaction dan Brand Loyalty	24
2.2.6 Hubungan Brand Attitude dan Brand Loyalty.....	26
2.2.7 Hubungan Brand Attachment dan Brand Loyalty.....	27
2.3 Kerangka Berpikir & Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31

3.2 Penelitian Kuantitatif	33
3.3 Desain Penelitian	34
3.4 Objek Penelitian.....	35
3.5 Unit Analisis	35
3.6 Pengukuran Variabel.....	36
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional	38
3.8 Pengukuran Skala	40
3.8.1 Rating Scale.....	41
3.8.2 Ranking Scale.....	42
3.9 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.10 Etika dalam Pengumpulan Data.....	44
3.10.1 Etika Peneliti	44
3.10.2 Etika Responden.....	45
3.11. Sampling	45
3.12 Ukuran Sampel	46
3.13 Metode dalam Analisis Data.....	47
3.13.1 Statistik Deskriptif	47
3.13.2 Statistik Inferensial	48
3.14 Goodness of the Data.....	48
3.14.1 Realiability.....	49
3.14.2 Validity.....	49
3.15 Structural Equation Model (SEM).....	51
3.15.1 Input.....	51
3.15.2 Output.....	52
3.16 Partial Least Square (PLS).....	52
3.17 Preliminary Test.....	53
3.17.1 Hasil dari Preliminary Test Validity	54
3.17.1.1 Hasil dari Preliminary Test Validitas Konvergen.....	54
3.17.1.2 Hasil dari Preliminary Test Reliability.....	57
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Profil Responden.....	58
4.1.1 Jenis Kelamin	58
4.1.2 Usia.....	59
4.1.3 Profesi	59
4.1.4 Pembelian Starbucks dalam 1 Bulan.....	60
4.2 Uji Aktual	61
4.2.1 Statistik Deskriptif	61
4.2.2 Statistik Inferensial	63
4.2.2.1 Validitas Konvergen.....	64
4.2.2.2 Validitas Diskriminan.....	65
4.2.3 Common Method Bias	66
4.2.3.1 Collinearity (VIF).....	66
4.2.4 Reliabilitas	68
4.2.5 R-Square.....	69
4.2.6 Q-Square	71
4.2.7 Model Fit.....	72

4.2.8 Uji Hipotesis.....	73
4.2.9 Inner Model.....	79
4.3 Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Implikasi Teoritis.....	90
5.3 Implikasi Manajerial.....	92
5.4 Batasan Penelitian.....	94
5.5 Rekomendasi untuk Peneliti Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Produksi Kopi di Indonesia (2017-2021)	1
Gambar 1.2 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	2
Gambar 1.3 Jumlah gerai Starbucks di Indonesia.....	3
Gambar 1.4 Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji Di Indonesia	6
Gambar 1.5 Kedai Kopi Lokal Terfavorit (2022).....	7
Gambar 2.1 Model Konseptual	29
Gambar 4.1 Inner Model.....	79

