

DAFTAR ISI

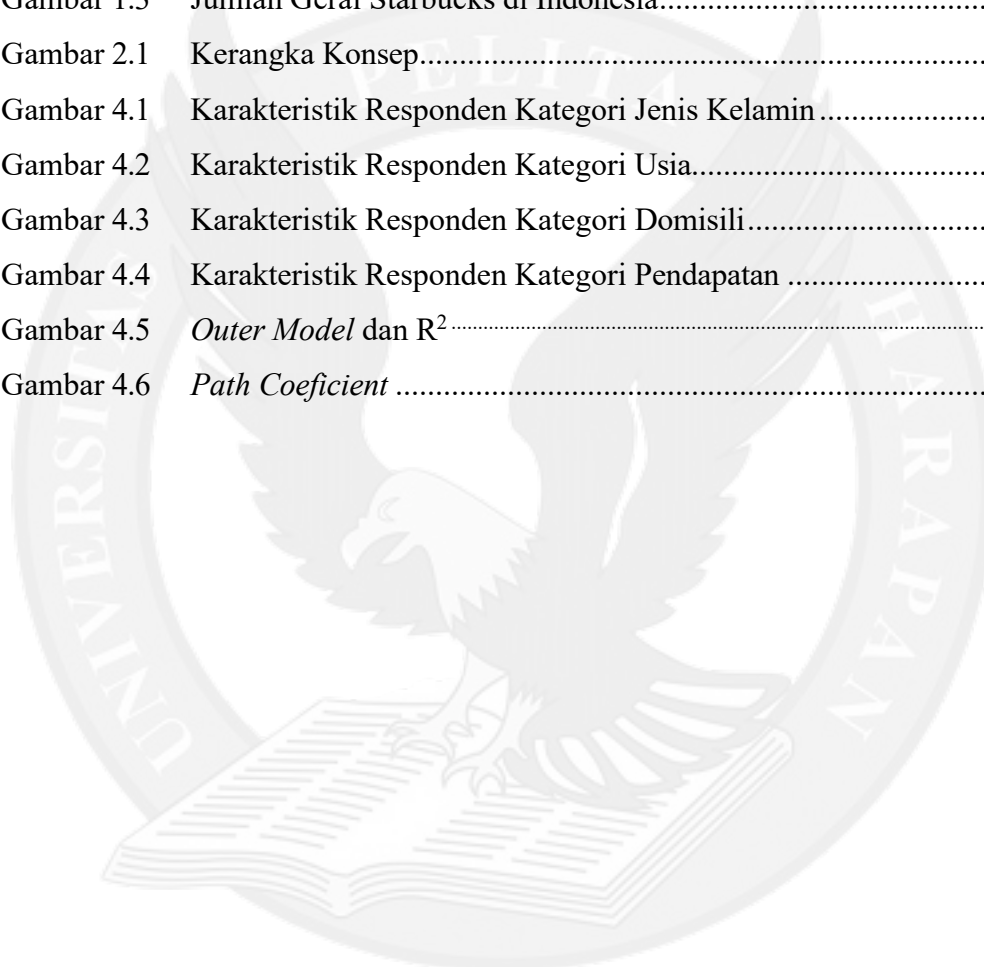
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
11.1 Latar Belakang	1
11.2 Rumusan Masalah	12
11.3 Pertanyaan Penelitian	13
11.4 Tujuan Penelitian.....	14
11.5 Manfaat Penelitian.....	14
11.6 Ruang Lingkup Penelitian	15
11.7 Kontribusi Penelitian	16
11.8 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 <i>Brand</i>	19
2.2 <i>Branding</i>	20
2.3 <i>Brand Attitude</i>	22
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Attitude</i>	23
2.3.2 Indikator <i>Brand Attitude</i>	24
2.4 <i>Brand Attachment</i>	25
2.4.1 Indikator <i>Brand Attachment</i>	26
2.5 <i>Brand Experience</i>	26
2.5.1 Indikator <i>Brand Experience</i>	28
2.6 <i>Brand Satisfaction</i>	28
2.6.1 Indikator <i>Brand Satisfaction</i>	29
2.7 Hubungan antara <i>Brand Attitude</i> terhadap <i>Brand Attachment</i>	29

2.8	Hubungan antara <i>Brand Attitude</i> terhadap <i>Brand Experience</i>	30
2.9	Hubungan antara <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Attachment</i>	31
2.10	Hubungan antara <i>Brand Attachment</i> terhadap <i>Brand Satisfaction</i>	32
2.11	Hubungan antara <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Satisfaction</i>	33
2.12	Penelitian Terdahulu.....	35
2.13	Model Konseptual	41
BAB III	METODE PENELITIAN	43
3.1	Paradigma Penelitian	43
3.2	Penelitian Kuantitatif.....	46
3.3	Desain Penelitian	47
3.4	Objek Penelitian	48
3.5	Unit Analisis.....	49
3.6	Pengukuran Variabel	50
3.7	Pengukuran Skala	54
3.8	Metode Pengumpulan Data	56
3.9	Etika dan Pengumpulan Data	59
3.10	Desain Sampel.....	60
3.11	Ukuran Sampel.....	61
3.12	Metode Analisis.....	63
3.13	Statistik Deskriptif.....	63
3.14	Statistik Inferensial	64
3.15	<i>Goodness of the Data</i>	65
3.16	Validitas.....	65
3.17	Reliabilitas	66
3.18	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	67
3.19	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	69
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1	Profil Responden	72

4.2	Jenis Kelamin	73
4.3	Usia.....	74
4.4	Domisili.....	75
4.5	Pendapatan.....	76
4.6	Uji Aktual.....	77
4.7	Statistik Deskriptif.....	77
4.8	Statistik Inferensial.....	79
4.9	Validitas Konvergen-Uji Aktual	79
4.10	Validitas Diskriminan-Uji Aktual	81
4.11	<i>Common Method Bias</i> -Uji Aktual.....	82
4.12	<i>Reliability Result</i>	83
4.13	R^2 , Q^2 , dan F^2	85
4.14	<i>Goodness of Fit</i>	88
4.15	<i>Hypothesis Testing</i>	89
4.16	Gambar <i>Path Coeficient</i>	92
4.17	Pembahasan	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Implikasi Teori	101
5.3	Implikasi Manajerial.....	105
5.4	Batasan Penelitian	107
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	108
	DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produksi Rata-Rata 10 Negara Penghasil Kopi Terbesar (2015-2020).....	6
Gambar 1.2	Nilai Ekspor Rata-Rata 10 Negara Produsen Kopi Terbesar (2015-2020).....	7
Gambar 1.3	Jumlah Gerai Starbucks di Indonesia.....	9
Gambar 2.1	Kerangka Konsep.....	41
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Kategori Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Kategori Usia.....	74
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Kategori Domisili.....	75
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Kategori Pendapatan	76
Gambar 4.5	<i>Outer Model</i> dan R^2	88
Gambar 4.6	<i>Path Coeficient</i>	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Perbedaan antara Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.....	45
Tabel 3.2	Definisi Konseptual dan Operasional	51
Tabel 3.3	Tipe Pengukuran Skala	56
Tabel 3.4	Aturan Praktis SmartPLS.....	71
Tabel 4.1	Hasil Statistik Deskriptif Jawaban Responden	77
Tabel 4.2	Hasil Validitas Konvergen (<i>Outer Loading</i>).....	79
Tabel 4.3	Hasil Validitas Konvergen (<i>Outer Loading</i> Disesuaikan)	80
Tabel 4.4	Hasil Validitas Konvergen (AVE).....	81
Tabel 4.5	Hasil Validitas Diskriminan (HTMT).....	82
Tabel 4.6	Hasil <i>Common Method Bias</i>	82
Tabel 4.7	Hasil Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i>).....	84
Tabel 4.8	Hasil Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>).....	84
Tabel 4.9	Hasil R^2	85
Tabel 4.10	Hasil Q^2	86
Tabel 4.11	Hasil F^2	87
Tabel 4.12	Hasil <i>Goodness Of Fit</i>	89
Tabel 4.13	Hasil <i>Hypothesis Testing</i>	90