DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR..... ii

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....iii

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... iv

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK.....vii

***ABSTRACT*..... viii**

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR GAMBAR..... xiii

DAFTAR TABEL..... xiv

BAB 1 PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 5

1.3 Tujuan Penelitian..... 7

1.4 Manfaat Penelitian..... 8

1.5 Sistematika Penelitian..... 8

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... 10

2.1 Konsep Konstruk 10
2.1.1 *Brand choice* 10
2.1.2 Perceived Value 11
2.1.3 *Nostalgic Value* 14
2.1.4 *Brand trust* 15
2.1.5 *Brand Authenticity* 16
2.2 Pengembangan Hipotesis 18
2.2.1 *Healthy value* terhadap *Brand trust* 18
2.2.2 *Healthy value* terhadap *Brand Authenticity* 18
2.2.3 *Economic value* terhadap *Brand trust* 19
2.2.4 *Economic value* terhadap *Brand Authenticity* 20
2.2.5 *Sensory value* terhadap *Brand trust* 20
2.2.6 *Sensory value* terhadap *Brand Authenticity* 21
2.2.7 Nostalgic Brand terhadap *Brand trust* 21
2.2.8 Nostalgic Brand terhadap *Brand authentic* 22
2.2.9 *Social value* terhadap *Brand trust* 23
2.2.10 *Social value* terhadap *Brand authentic* 23
2.2.11 *Brand authentic* terhadap *Brand trust* 24
2.2.12 *Brand trust* terhadap *Brand choice* 25

2.2.13 *Brand Authenticity* terhadap *Brand choice* 25

2.3 Model Penelitian 27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN 28

3.1 Objek Penelitian 28

3.2 Unit Analisis 28

3.3 Tipe Penelitian 28

3.4 Pengukuran Variabel Penelitian 29

3.4.1 Skala Pengukuran Variabel 29

3.4.2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel 30

3.5 Populasi dan Sampel 33

3.5.1 Besar Sampel 33

3.5.2 Metode Pengambilan Sampel 34

3.6 Metode Pengumpulan Data 34

3.6.1 Data Primer 34

3.6.2 Data Sekunder 35

3.7 Teknik Analisis Data 35

3.7.1 Analisa Outer Model 35

3.7.2 Analisa Inner Model 36

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN 38

4.1 Profil Demografi Responden.....38

4.2 Analisa Statistik Deskriptif..... 39

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Independen.....40

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Dependen dan Mediasi.....43

4.3 Analisis Inferensial.....45

4.3.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....45

4.3.2 Analisis Model Struktural (Inner Model).....50

4.4 Diskusi.....62

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....66

5.1 Kesimpulan.....66

5.2 Implikasi Manajerial..... 67

5.3 Implikasi Teoritis..... 69

5.4 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya..... 70

DAFTAR PUSTAKA.....72

LAMPIRAN.....80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model..... 45

Gambar 4.2 Hasil Uji Inner Model..... 50

Gambar 4.3 IPMA *Construct*..... 61

Gambar 4.4 IPMA Indikator..... 62

Gambar 4.5 Model Hasil (*Empirical Model*)..... 64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....31

Tabel 4.1 Profil Demografi Responden.....38

Tabel 4.2 Kategori Jawaban Responden..... 40

Tabel 4.3 Analisa Statistik Deskriptif..... 40

Tabel 4.4 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Variabel Dependen dan Mediasi..... 43

Tabel 4.5 Hasil Pengujian *Reliability*.....46

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Konvergen..... 47

Tabel 4.7 Hasil Uji HTMT.....49

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....51

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....51

Tabel 4.10 Hasil Uji F Square..... 53

Tabel 4.11 Hasil Uji Q Square.....54

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis.....54