

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2 MASALAH PENELITIAN.....	8
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN	10
1.4 TUJUAN PENELITIAN	11
1.5 PEMBATAAN MASALAH.....	11
1.5.1 Unit Analisis	11
1.5.2 Cakupan Geografis.....	12
1.5.3 Periode Penelitian.....	12
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	12
1.6.1 Akademis	12
1.6.2 Praktis.....	12
1.7 GARIS BESAR PENELITIAN	13
1.7.1 BAB I – Pendahuluan	13
1.7.2 BAB II – Landasan Teori.....	13
1.7.3 BAB III – Metodologi Penelitian.....	13
1.7.4 BAB IV – Hasil dan Pembahasan	13
1.7.5 BAB V – Kesimpulan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 BRAND LOVE (BLV)	14
2.2 BRAND LOYALTY (BLY).....	17
2.3 SELF-ESTEEM (SE).....	20
2.4 SUSCEPTIBILITY TO NORMATIVE INFLUENCE	22
2.5 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	23

2.5.1	Brand love, Brand loyalty, dan Self-Esteem.....	23
2.5.2	Brand love, Brand loyalty, dan Susceptibility to normative influence 24	
2.6	MODEL KONSEPTUAL.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		26
3.1	OBJEK PENELITIAN.....	26
3.2	UNIT ANALISIS.....	27
3.3	TIPE PENELITIAN.....	27
3.4	OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN.....	28
3.5	POPULASI DAN SAMPEL.....	32
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	33
3.5.2	Metode Penarikan Sampel.....	33
3.6	METODE PENGUMPULAN DATA.....	33
3.7	METODE ANALISIS DATA.....	34
3.8	PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN.....	35
3.8.1	Uji Validitas Diskriminan.....	39
3.8.2	Uji Reabilitas.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	PROFIL RESPONDEN.....	43
4.2	BRAND FASHION LOKAL FAVORIT.....	47
4.3	STATISTIK DESKRIPTIF.....	47
4.2.2	Statistik Deskriptif Brand loyalty.....	50
4.2.3	Statistik Deskriptif Self-Esteem.....	51
4.2.4	Statistik Deskriptif Susceptibility to normative influence.....	52
4.4	ANALISIS MODEL PENGUKURAN (OUTER MODEL).....	54
4.5	STATISTIK INFERENSIAL.....	55
4.6	UJI VALIDITAS KONVERGEN – UJI AKTUAL.....	55
4.7	VALIDITAS DISKRIMINAN.....	57
4.8	COMMON METHOD BIAS (VIF).....	60

4.9	R SQUARE	62
4.10	GOODNESS OF FIT	64
4.11	RELEVANSI PREDIKTIF	65
4.12	PENGUJIAN HIPOTESIS.....	66
4.12.1	Pengujian Significance Path of Coefficients (Direct effects)	66
4.12.2	Analisis Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.13	INNER MODEL	71
4.14	PEMBAHASAN	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	KESIMPULAN.....	77
5.2	IMPLIKASI MANAJERIAL.....	78
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN	82
5.4	REKOMENDASI UNTUK PENELITIAN MASA DEPAN.....	82
DAFTAR ISI.....		84

DAFTAR GAMBAR

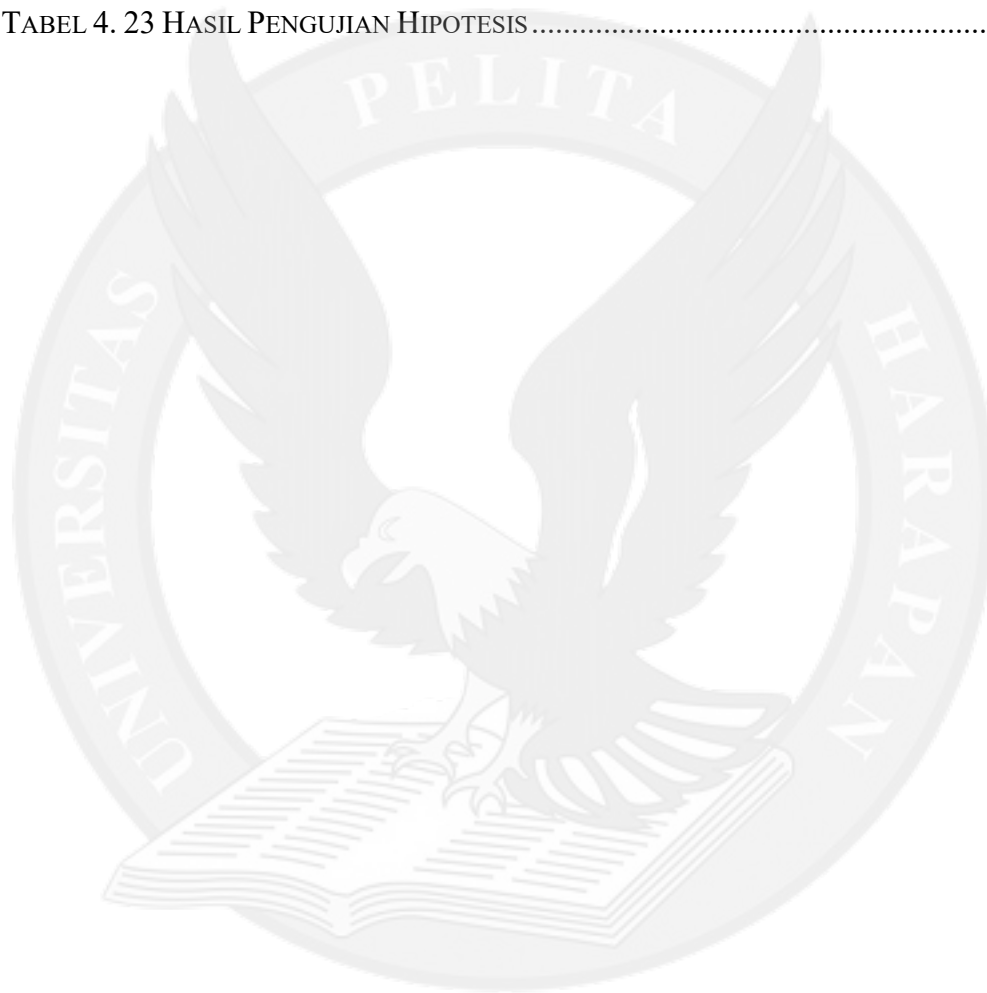
GAMBAR 1. 1 ALASAN MENGGUNAKAN PRODUK LOKAL	3
GAMBAR 1. 2 KATEGORI PRODUK UMUMNYA KONSUMEN	5
GAMBAR 3. 1 OUTER MODEL.....	36
GAMBAR 4. 1 OUTER MODEL.....	54
GAMBAR 4. 2 INNER MODEL	71



DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 ALASAN MENGGUNAKAN PRODUK LOKAL	4
TABEL 3. 1 TABEL DKDO.....	28
TABEL 3. 2 TABEL HASIL PRE-TEST VALIDITAS KONVERGEN	37
TABEL 3. 3 TABEL HASIL PRE-TEST VALIDITAS KONVERGEN <i>BRAND LOVE</i>	38
TABEL 3. 4 TABEL HASIL PRE-TEST VALIDITAS KONVERGEN <i>BRAND LOYALTY</i>	38
TABEL 3. 5 TABEL HASIL PRE-TEST VALIDITAS KONVERGEN SELF – ESTEEM	39
TABEL 3. 6 TABEL HASIL PRE-TEST VALIDITAS KONVERGEN <i>SUSCEPTIBILITY TO NORMATIVE INFLUENCE</i>	39
TABEL 3. 7 TABEL HASIL PRE-TEST VALIDITAS DISKRIMINAN – CROSS LOADING > 0,7.....	40
TABEL 3. 8 TABEL HASIL PRE-TEST REABILITAS CRONBACH’S ALPHA	41
TABEL 3. 9 TABEL HASIL PRE-TEST REABILITAS KOMPOSIT	42
TABEL 4. 1 TABEL PROFIL RESPONDEN.....	43
TABEL 4. 2 TABEL PROFIL RESPONDEN (LANJUTAN)	44
TABEL 4. 3 TABEL PROFIL RESPONDEN (RESPONDEN BEHAVIOR)	45
TABEL 4. 4 <i>BRAND FASHION</i> LOKAL FAVORIT RESPONDEN	47
TABEL 4. 5 STATISTIK DESKRIPTIF	48
TABEL 4. 6 INTERPRETASI NILAI MEAN SKALA LIKERT 5 POIN.....	49
TABEL 4. 7 STATISTIK DESKRIPTIF (<i>BRAND LOVE</i>).....	49
TABEL 4. 8 STATISTIK DESKRIPTIF (<i>BRAND LOYALTY</i>).....	50
TABEL 4. 9 STATISTIK DESKRIPTIF (<i>SELF-ESTEEM</i>)	51
TABEL 4. 10 STATISTIK DESKRIPTIF (<i>SUSCEPTIBILITY TO NORMATIVE INFLUENCE</i>)..	52
TABEL 4. 11 VALIDITAS KONVERGEN – FAKTOR LOADING > 0,7 UNTUK UJI AKTUAL	56
TABEL 4. 12 NILAI AVE VARIABEL LATEN	57
TABEL 4. 13 CROSS LOADING UNTUK UJI AKTUAL	58
TABEL 4. 14 HTMT UNTUK UJI AKTUAL	59
TABEL 4. 15 HASIL <i>CRONBACH’S ALPHA</i> DAN RELIABILITAS KOMPOSIT.....	60
TABEL 4. 16 <i>OUTER VARIANCE INFLATION FACTOR</i>	61
TABEL 4. 17 <i>INNER VARIANCE INFLATION FACTOR</i>	62

TABEL 4. 18 NILAI R SQUARE	62
TABEL 4. 19 NILAI R SQUARE ADJUSTED.....	63
TABEL 4. 20 PERHITUNGAN INDEKS <i>GOODNESS-OF-FIT</i>	64
TABEL 4. 21 Q2 RELEVANSI PREDIK	65
TABEL 4. 22 HASIL SIGNIFICANCE PATH OF COEFFICIENTS DENGAN BOOTSTRAPPING	66
TABEL 4. 23 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1
LAMPIRAN E.....	E-1
LAMPIRAN F.....	F-1

