

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Penelitian.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Brand Love.....	13
2.2. Brand Loyalty.....	14
2.3. Self Esteem.....	16
2.4. <i>Susceptibility to Normative Influence</i>	17
2.5. Hubungan Antar Variabel	19
2.5.1. Brand Love dan Self Esteem.....	19
2.5.2. Self Esteem dan Brand Loyalty	20
2.5.3. Brand Love dan <i>Susceptibility to Normative Influence</i>	21
2.5.4. <i>Susceptibility to Normative Influence</i> dan Brand Loyalty	22
2.5.5. Self Esteem, Brand Love dan Brand Loyalty.....	23
2.5.6. <i>Susceptibility to Normative Influence</i> , Brand Love dan Brand Loyalty ...	24

2.6. Model Penelitian	26
-----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian.....	27
3.2. Jenis Penelitian.....	28
3.3. Pengukuran (Tabel DKDO)	29
3.4. Unit Analisis	31
3.5. Desain Sampel dan Jumlah Sampel	31
3.6. Metode Pengumpulan Data	32
3.7. Pengembangan Kuesioner	32
3.8. Data Analisis	33
3.8.1. Uji Kualitas Data.....	33
3.8.1.1. Uji Validitas	34
3.8.1.2. Uji Reliabilitas	34
3.8.2. Statistik Deskriptif	35
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	35
3.8.3.2. Uji Multikolonieritas	36
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.8.5. Uji Hipotesis	38
3.8.5.1. Uji Parsial (t).....	38
3.8.5.2. Uji F	38
3.8.5.3. Koefisien Determinasi.....	39
3.9. Hasil Studi Pendahuluan	40

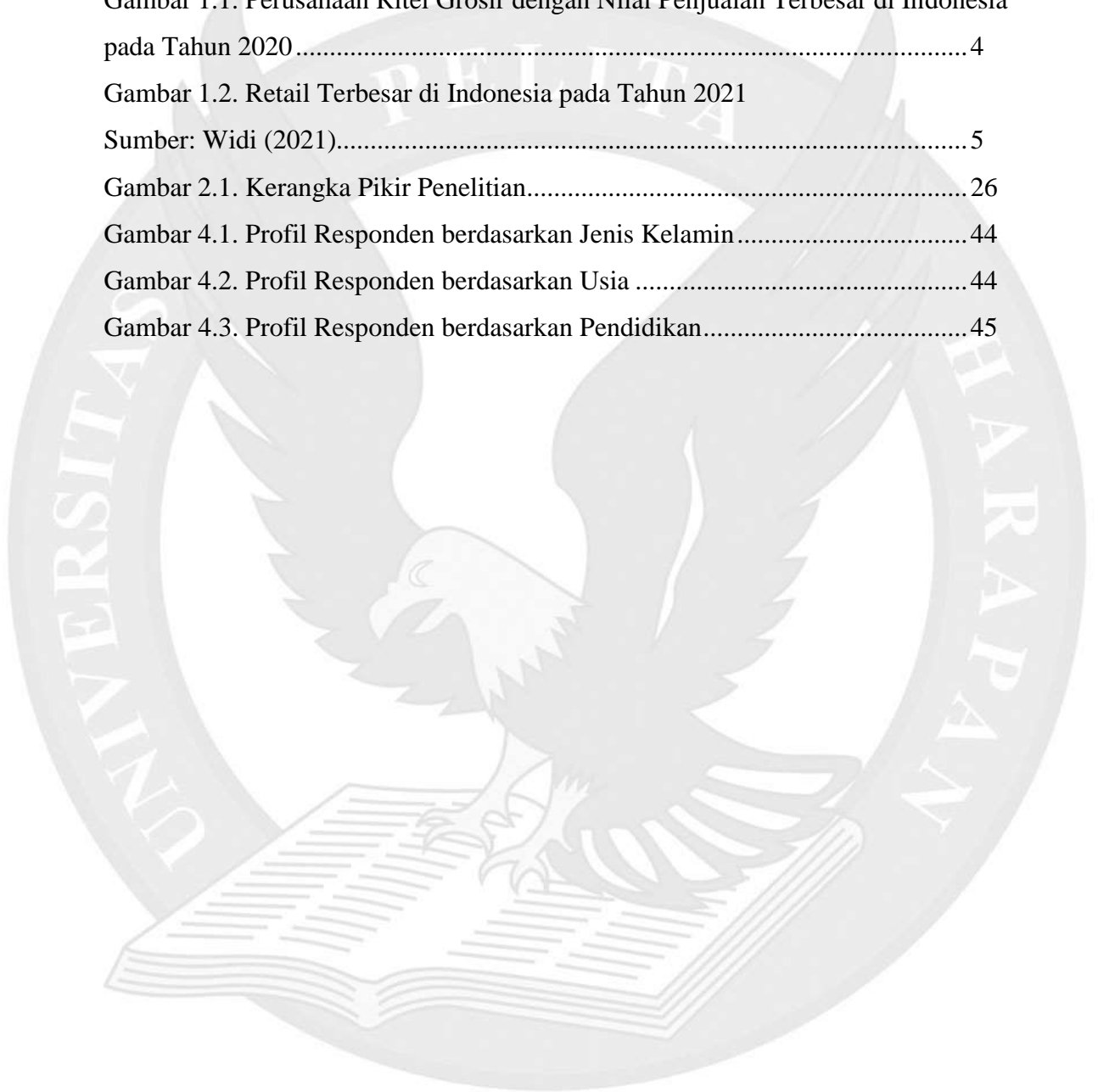
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden.....	42
4.1.1. Jenis Kelamin	43
4.1.2. Usia	44
4.1.3. Pendidikan.....	45

4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	46
4.2.1. Brand Love.....	46
4.2.2. Brand Loyalty.....	47
4.2.3. Self Esteem.....	47
4.2.4. Susceptibility to Normative Influence	48
4.3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	49
4.4. Pembahasan.....	52
4.4.1. Hasil Uji Normalitas	52
4.4.2. Uji Multikolinearitas	53
4.4.3. Uji Autokorelasi	54
4.4.4. Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.5. Pengujian Model Fit.....	56
4.6. Pengujian Koefisien Determinasi.....	57
4.7. Pengujian Hipotesis.....	57
4.8. Pembahasan.....	61
4.8.1. Brand Love dan Self Esteem.....	61
4.8.2. Self Esteem dan Brand Loyalty	62
4.8.3. Brand Love dan Susceptibility to Normative Influence.....	63
4.8.4. Susceptibility to Normative Influence dan Brand Loyalty	64
4.8.5. Self Esteem, Brand Love dan Brand Loyalty.....	65
4.8.6. Susceptibility to Normative Influence, Brand Love dan Brand Loyalty	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Implikasi Manajerial	68
5.3. Keterbatasan.....	70
5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perusahaan Ritel Grosir dengan Nilai Penjualan Terbesar di Indonesia pada Tahun 2020	4
Gambar 1.2. Retail Terbesar di Indonesia pada Tahun 2021 Sumber: Widi (2021).....	5
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	26
Gambar 4.1. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.2. Profil Responden berdasarkan Usia	44
Gambar 4.3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Konseptual	29
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Brand Love	40
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Brand Loyalty	40
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Self Esteem	41
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Susceptibility to Normative Influence	41
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.1. Statistik Deskriptif Brand Love	46
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Brand Loyalty	47
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Self Esteem	47
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Susceptibility to Normative Influence	48
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Brand Love	49
Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Brand Loyalty	50
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Self Esteem	50
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Susceptibility to Normative Influence	51
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Multikolinearitas	54
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Autokorelasi	55
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.14. Hasil Uji Model Fit	56
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.16. Hasil uji t Hipotesis 1	58
Tabel 4.17. Hasil uji t Hipotesis 2 dan 4	58
Tabel 4.18. Hasil uji t Hipotesis 3	59
Tabel 4.19. Hasil Uji Sobel Test Hipotesis 5 dan 6	60