

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Manajerial.....	9
1.5 Batasan Penulisan	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Variabel Penelitian yang Digunakan.....	12
2.1.1 <i>Advertising spending</i>	12
2.1.1.1 <i>Attitudes toward advertisement</i>	13
2.1.1.2 <i>Monetary Promotion</i>	15
2.1.1.3 <i>Non-monetary Promotion</i>	16
2.1.1.4 <i>Brand identification</i>	18
2.1.1.5 <i>Brand Image</i>	19
2.1.1.6 <i>Brand engagement</i>	21
2.1.1.7 <i>Brand love</i>	22

2.1.8	<i>Brand loyalty</i>	24
2.2	Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1	Hubungan <i>Advertising spending</i> dengan <i>Brand identification</i>	25
2.2.2	Hubungan <i>Advertising spending</i> dengan <i>Brand Image</i>	25
2.2.3	Hubungan <i>attitudes toward advertisement</i> dengan <i>brand identification</i> ..	26
2.2.4	Hubungan <i>attitudes toward advertisement</i> dengan <i>brand image</i>	27
2.2.5	Hubungan <i>monetary promotion</i> dengan <i>brand identification</i>	27
2.2.6	Hubungan <i>monetary promotion</i> dengan <i>brand image</i>	28
2.2.7	Hubungan <i>non- monetary promotion</i> dengan <i>brand identification</i>	28
2.2.8	Hubungan <i>non- monetary promotion</i> dengan <i>brand image</i>	29
2.2.9	Hubungan <i>brand identification</i> dengan <i>brand image</i>	29
2.2.10	Hubungan <i>brand identification</i> dengan <i>brand engagement</i>	30
2.2.11	Hubungan <i>brand identification</i> dengan <i>brand loyalty</i>	30
2.2.12	Hubungan <i>brand identification</i> dengan <i>brand love</i>	31
2.2.14	Hubungan <i>brand image</i> dengan <i>brand loyalty</i>	33
2.2.15	Hubungan <i>brand engagement</i> dengan <i>brand loyalty</i>	33
2.2.16	Hubungan <i>brand love</i> dengan <i>brand loyalty</i>	35
2.3	Model Penelitian.....	35
BAB III.....		37
METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Objek Penelitian	37
3.2	Unit Analisis	38
3.3	Jenis Penelitian	39
3.4	Skala Pengukuran	40
3.5	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	40
3.6	Populasi dan Sampel.....	43
3.6.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	44
3.6.2	Metode Penarikan Sampel	44
3.7	Metode Pengumpulan Data	45
3.8	Metode Analisis Data.....	46
3.8.1	Outer Model.....	47
3.8.2	Inner Model	48
BAB IV.....		51
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		51

4.1	Profil Responden Pengujian Aktual.....	51
4.2	Statistik Deskriptif.....	54
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif <i>Advertising spending</i>	54
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif <i>Attitudes toward advertisement</i>	55
4.2.3	Analisis Statistik Deskriptif <i>Monetary promotion</i>	56
4.2.4	Analisis Statistik Deskriptif Non-Monetary Promotion	58
4.2.5	Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand identification</i>	59
4.3	Statistik Inferensial.....	64
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	64
4.3.2	Inner Model	72
4.3.2.4	Analisis <i>Importance-Performance</i> (IPMA) Variabel	94
4.3.2.5	Analisis <i>Importance-Performance</i> (IPMA) Indikator	99
BAB V		102
KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Implikasi Teoritis	103
5.3	Implikasi Manajerial.....	103
5.4	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN		125

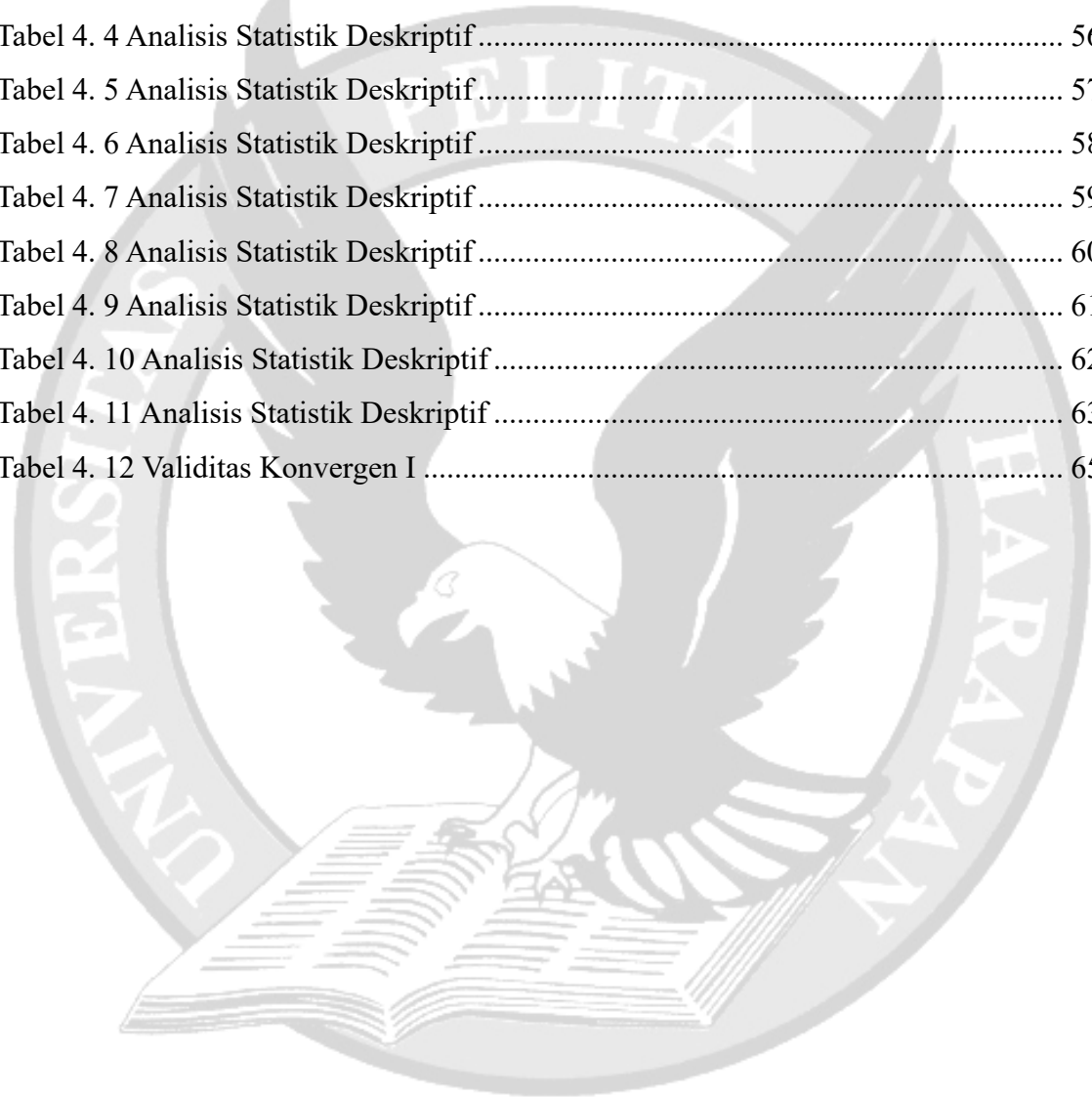
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	36
Gambar 4. 1 Hasil Model Pengukuran (Outer Model).....	65
Gambar 4. 2 Hasil Model Pengukuran (Inner Model).....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	41
Tabel 4. 1 Responden Pengujian Aktual.....	51
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban pada Skala Likert	54
Tabel 4. 3 Analisis Statistik Deskriptif Advertising spending.....	55
Tabel 4. 4 Analisis Statistik Deskriptif.....	56
Tabel 4. 5 Analisis Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4. 6 Analisis Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4. 9 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4. 10 Analisis Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4. 11 Analisis Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4. 12 Validitas Konvergen I	65



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	125
LAMPIRAN B.....	126
LAMPIRAN C Kuesioner <i>Actual Test</i>	130

