

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Landasan teori	8
2.1.1 Entertainment	8
2.1.2 Trendiness	8
2.1.3 Customization	9
2.1.4 Brand Image	10
2.1.5 Brand Loyalty.....	11
2.2 Peneliti Terdahulu	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	13
2.3.1 Pengaruh Entertainment terhadap Brand Image	13
2.3.2 Pengaruh Trendiness terhadap Brand Image.....	13
2.3.3.Pengaruh Customization terhadap Brand Image.....	14
2.3.4 Pengaruh Brand Image terhadap Brand Loyalty	14
2.4 Model Penelitian	15
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	18

3.1.1 Jenis Penelitian.....	18
3.1.2 Jenis Data	18
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.2.1 Populasi	19
3.2.2 Sampel	19
3.3 Metode Pengumpulan data.....	19
3.4 Definisi Pengukuran variabel.....	21
3.5 Metode Analisis Data.....	22
3.5.1 Pengolahan Data.....	24
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	25
3.5.2.1 Uji Validitas	25
3.5.2.2 Uji Realibilitas	26
3.5.3 Analisis Linear Regresi Sederhana	27
3.5.4 Analisis Linear Regresi Berganda	29
3.5.5 Koefisien Korelasi (R)	29
3.5.6 Koefisien Determinasi (R ²)	31
3.5.7 Uji F	31
3.5.8 Uji t	33
Bab IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum perusahaan	34
4.2 Analisis Data	34
4.2.1 Analisis Profil Responden.....	34
4.2.2 Analisis Nilai Rata-Rata Jawaban Responden	35
4.2.2.1 Analisis Variabel Entertainment	36
4.2.2.2 Analisis Variabel Trendiness	36
4.2.2.3 Analisis Variabel Customization.....	37

4.2.2.4 Analisis Variabel Brand Image	38
4.2.2.5 Analisis Variabel Brand Loyalty	39
4.2.3 Pengujian Data	40
4.2.3.1 Uji Validitas	40
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.2.3.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.3 Analisis Kausalitas	50
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.3.1.1 Persamaan Regresi Linier Berganda	50
4.3.1.2 Koefisien Korelasi	51
4.3.1.3 Koefisien Determinasi	51
4.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	52
4.3.2.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana	52
4.3.2.2 Koefisien Korelasi	52
4.3.2.3 Koefisien Determinasi	52
4.4 Pengujian Hipotesis	53
4.4.1 Uji F(pengujian Simultan)	53
4.4.2 Uji T(Uji Parsial)	53
4.5 Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	63
5.1 Simpulan 63	
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	63
5.1.1.1 Pengaruh Entertainment Terhadap Brand Image	63
5.1.1.2 Pengaruh Trendiness Terhadap Brand Image	63
5.1.1.3 Pengaruh Customization Terhadap Brand Image	63

5.1.1.4 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	63
5.1.2 Simpulan Atas Penelitian	64
5.2 Implikasi 64	
5.2.1 Implikasi Teoritis	64
5.2.2 Implikasi Manajerial	66
5.3 Rekomendasi	67
Daftar Pustaka	i



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.3 Rules of Thumb Ukuran Koefisien Korelasi	32
Tabel 4.1 Profil Responden.....	35
Tabel 4.2 Interval Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden.....	35
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif variabel <i>Entertainment</i>	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif variabel <i>Trendiness</i>	37
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif variabel <i>Customization</i>	38
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif variabel <i>Brand Image</i>	39
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif variabel <i>Brand Loyalty</i>	40
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Entertainment</i>	41
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Trendiness</i>	42
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Customization</i>	42
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i>	44
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.16 Uji Linearitas.....	50
Tabel 4.17 Uji Linearitas.....	51
Tabel 4.18 Uji F	54
Tabel 4.19 Uji t	55
Tabel 4.20 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Brand Loyalty</i>	58
Tabel 4.21 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4.22 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Entertainment</i>	59
Tabel 4.23 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Trendiness</i>	60

Tabel 4.24 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Customization</i>	61
Tabel 5.1 Implikasi teoritis	64
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuisisioner.....	a
Lampiran B Uji Validitas	c
Lampiran C Uji Realibilitas	e
Lampiran D Uji Normalitas	f
Lampiran E Uji Multikolinearitas	h
Lampiran F Uji Heterokedastisitas	i
Lampiran G Uji Linearitas	i
Lampiran H Uji F dan Uji t.....	j

