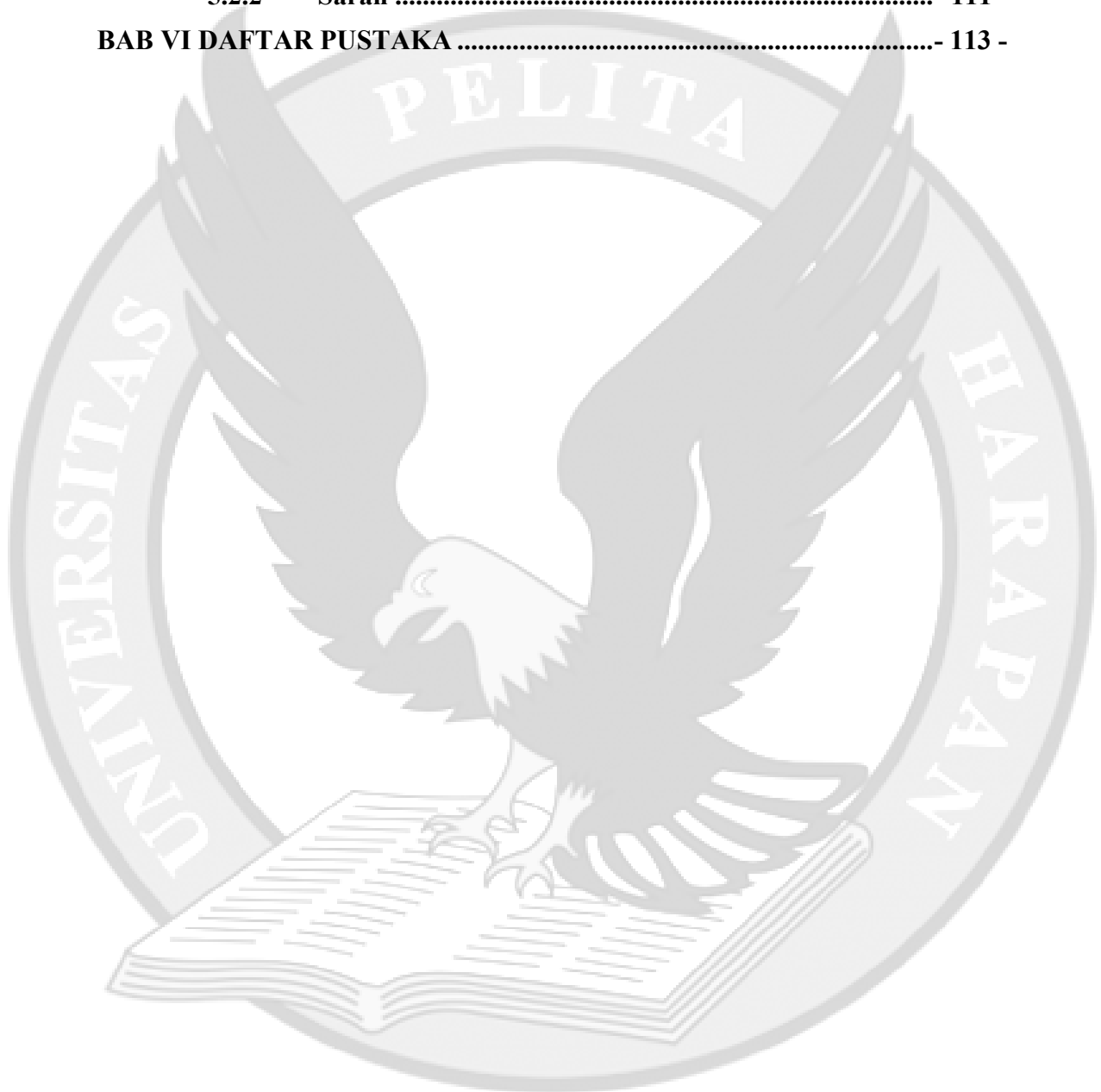


DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	- 1 -
1.1. Latar Belakang	- 1 -
1.2. Pertanyaan Penelitian	- 7 -
1.3. Tujuan Penelitian	- 8 -
1.4. Manfaat Penelitian	- 8 -
1.4.1. Manfaat Akademis	- 8 -
1.4.2. Manfaat Praktis	- 9 -
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	- 10 -
2.1 Kerangka Teoritis.....	- 10 -
2.1.1. <i>Consumer Culture Theory</i>	- 10 -
2.1.2. Study yang Membahas <i>CCT (Consumer Culture Theory)</i>	- 14 -
2.2 Konsep	- 16 -
2.1.1 <i>Brand image</i>	- 16 -
2.1.2 Kolaborasi Merek (<i>Co-branding</i>)	- 20 -
2.2.2.1 Jenis Kolaborasi Merek.....	- 21 -
2.2.2.2 Manfaat Kolaborasi Merek	- 23 -
2.1.3 Keselarasan (<i>Brand fit</i>)	- 25 -
2.2.3.1 Definisi <i>Brand fit</i>	- 25 -
2.2.3.2 Pentingnya <i>Brand fit</i> dalam Kolaborasi	- 27 -
2.1.4 Pengaruh Kolaborasi Merek terhadap <i>Brand image</i>	- 31 -
2.1.5 Budaya dalam Pemasaran	- 35 -
2.3 Kerangka Pemikiran.....	- 40 -
2.4 Hipotesis Penelitian.....	- 40 -
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	- 42 -

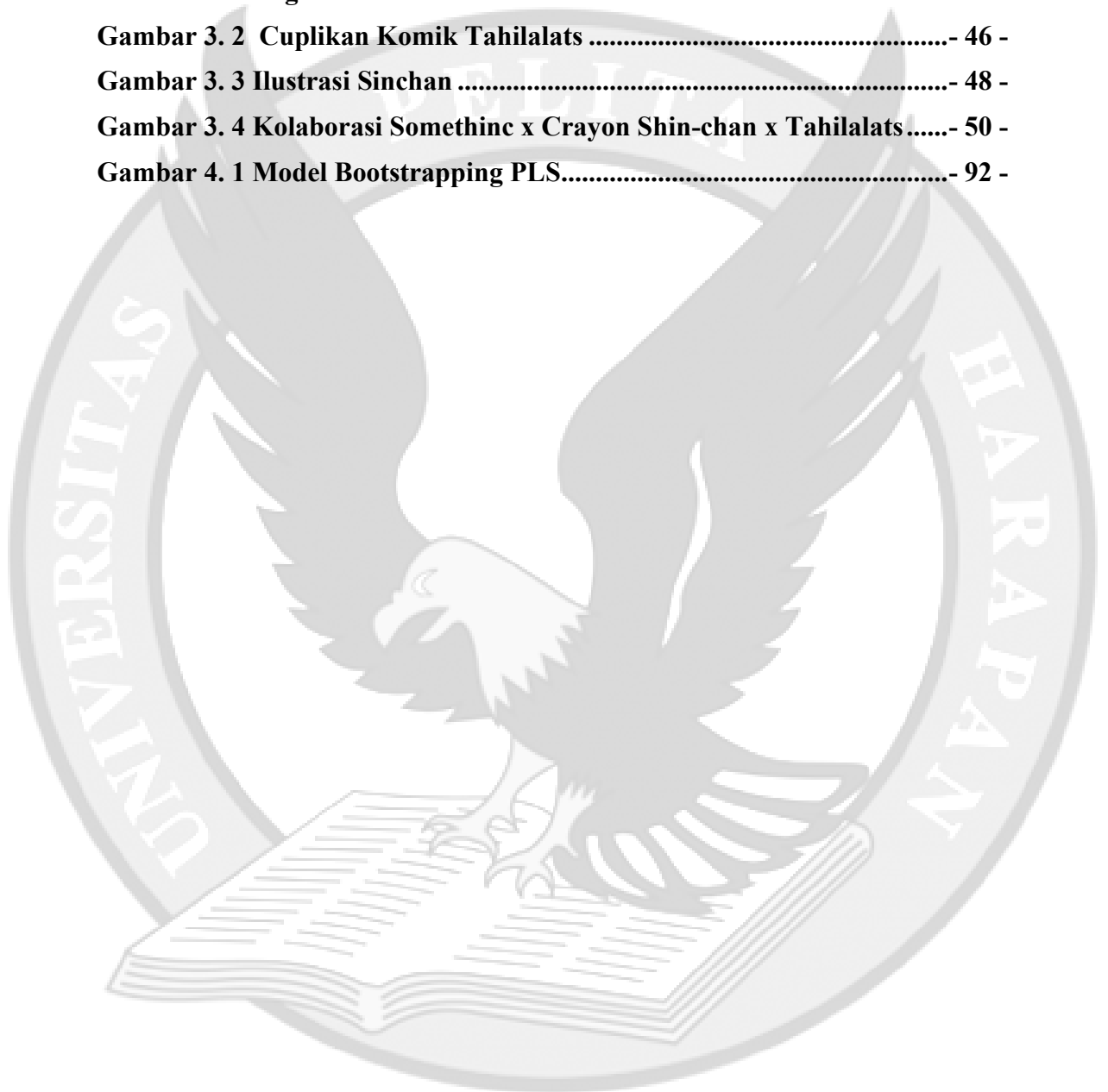
3.1	Desain Penelitian	42 -
3.2	<i>Brand</i> yang Digunakan	43 -
3.2.1	Somethinc.....	43 -
3.2.2	Tahilalats.....	45 -
3.2.3	Shinchan.....	47 -
3.2.4	Kolaborasi Somethinc x Shinchan x Tahilalats.....	50 -
3.3	Variabel Penelitian.....	52 -
3.3.1	Variabel Independen (X): Kolaborasi Merek.....	52 -
3.3.2	Variabel Dependen (Y): Citra Merek	54 -
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	57 -
3.5	Populasi dan Sampel.....	59 -
3.6	Teknik Pengumpulan Data	66 -
3.7	Instrumen Penelitian.....	67 -
3.5.1	Teknik Analisis Data Menggunakan SmartPLS	68 -
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas Pra Penelitian	70 -
3.6.1	Uji Validitas Pra Penelitian.....	70 -
3.6.2	Uji Reliabilitas Pra Penelitian.....	74 -
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		75 -
4.1	Analisis Profil Responden	75 -
4.1.1.	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	75 -
4.1.2.	Deskripsi Usia Responden	77 -
4.1.3.	Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden	78 -
4.1.4.	Deskripsi Merk Paling Populer	79 -
4.2	Hasil Penelitian.....	80 -
4.2.1	Hasil Survei Variabel Kolaborasi Merek.....	81 -
4.2.2	Hasil Survei Variabel Citra Merek Somethinc	83 -
4.2.3	Hasil Survei Variabel Citra Merek Crayon Shinchan	84 -
4.2.4	Hasil Survei Variabel Citra Merek Tahilalats	86 -
4.2.5	Pengaruh Kolaborasi terhadap Citra Merek Crayon Shinchan dan Tahilalats	88 -
4.2.6	Uji Validitas	91 -
4.2.7	Uji Reliabilitas	96 -
4.2.8	Uji R Square	98 -
4.2.9	Uji Hipotesis (Uji t)	99 -

BAB V PENUTUP	- 104 -
5.1 Kesimpulan	- 104 -
5.2 Limitasi dan Saran.....	- 110 -
5.2.1 Limitasi Penelitian	- 110 -
5.2.2 Saran	- 111 -
BAB VI DAFTAR PUSTAKA	- 113 -



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran	- 40 -
Gambar 3. 1 Logo Somethinc.....	- 43 -
Gambar 3. 2 Cuplikan Komik Tahilalats	- 46 -
Gambar 3. 3 Ilustrasi Sinchan	- 48 -
Gambar 3. 4 Kolaborasi Somethinc x Crayon Shin-chan x Tahilalats	- 50 -
Gambar 4. 1 Model Bootstrapping PLS.....	- 92 -



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	55 -
Tabel 3. 2 Uji Validitas Konvergen (<i>Outer loading</i>) Pra Penelitian	70 -
Tabel 3. 3 Uji Validitas Konvergen (AVE) Pra Penelitian	72 -
Tabel 3. 4 Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker) Pra Penelitian ...	72 -
Tabel 3. 5 Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross loading</i>) Pra Penelitian	72 -
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Pra Penelitian	74 -
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	76 -
Tabel 4. 2 Usia Responden	77 -
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden	78 -
Tabel 4. 4 Merk Paling Populer	79 -
Tabel 4. 5 Rata-rata Jawaban Responden	80 -
Tabel 4. 6 Hasil Survei Variabel Kolaborasi Merek.....	81 -
Tabel 4. 7 Hasil Survei Variabel Citra Merek Somethinc.....	83 -
Tabel 4. 8 Hasil Survei Variabel Citra Merek Crayon Shinchon.....	85 -
Tabel 4. 9 Hasil Survei Variabel Citra Merek Tahilalats	86 -
Tabel 4. 10 Uji Validitas Konvergen (<i>Outer loading</i>).....	93 -
Tabel 4. 11 Uji Validitas Konvergen (AVE)	95 -
Tabel 4. 12 Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker)	95 -
Tabel 4. 13 Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross loading</i>)	95 -
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	97 -
Tabel 4. 15 Kriteria <i>R-squared</i>	98 -
Tabel 4. 16 Uji <i>R-squared</i>	98 -
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis.....	99 -