DAFTAR ISI

Halaman Judul..... i
Halaman Persetujuan Pembimbing ii
Halaman Pengesahan iii
Halaman Motto dan Pembahasan..... iv
Halaman Pernyataan Keaslian Karya..... v
Halaman Perrnyataan Persetujuan Unggah Karya Tulis Skripsi..... vi
Halaman Abstraksi vii
Halaman Abstract..... viii
Kata Pengantar ix
Daftar Isi..... xi
Daftar Tabel..... xiv
Daftar Gambar..... xv
Daftar Grafik xvi
Daftar Lampiran..... xvii
BAB I PENDAHULUAN..... 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 12
C. Tujuan Penelitian..... 13
D. Manfaat Penelitian 14
E. Sistematika Penulisan..... 15

BAB II Landasan Teori..... 17

A. Pengertian Pemasaran 17

B. Pengertian Manajemen..... 19

C. Pengertian Manajemen Brand Community..... 20

D. Komponen-Komponen Brand Community..... 25

E. Karakteristik Brand Community..... 33

F. Model Brand Community 34

G. Pengertian Keputusan Pembelian..... 37

H. Current Purchase..... 39

I. Future Purchase..... 42

J. Literature Review..... 44

K. Kerangka Pikir Teoritis 46

L. Hipotesis Penelitian..... 49

BAB III Metode Penelitian..... 50

A. Jenis Penelitian..... 50

B. Ukutan populasi dan Teknik Pengambilan sampel 50

C. Jenis Data Penelitian 51

D. Teknik Pengumpulan Data 55

E. Variabel dan Pengukuran..... 60

BAB IV Hasil dan Pembahasan 68

A. Identitas Reponden..... 68

B. Validitas..... 71

C. Reliabilitas..... 81

D. Uji Asumsi Klasik 83

E. Analisis Regresi Berganda 84

F. Uji F dan T 90

G. Analisis Deskriptif 94

H. Pembahasan..... 98

BAB V Simpulan dan Saran..... 103

A. Simpulan 103

B. Saran..... 104

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

TABEL 2.3 *Literature Review* 55

TABEL 3.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian 71

TABEL 3.2 Uji Realibilitas Instumen Penelitian 73

TABEL 4.1 Jenis Kelamin Responden 76

TABEL 4.2 Usia Responden 77

TABEL 4.3 Jenis Pekerjaan Responden 78

TABEL 4.4 Deskripsi Legitimasi 80

TABEL 4.5 Deskripsi Loyalitas 82

TABEL 4.6 Deskripsi Sejarah Merek 83

TABEL 4.7 Deskripsi Berbagi Citra Merek 86

TABEL 4.8 Deskripsi Integritas 87

TABEL 4.9 Deskripsi Membantu Dala Penggunaan Merek 88

TABEL 4.10 Deskripsi Keputusan Pembelian 89

TABEL 4.11 Uji Normalitas 91

TABEL 4.12 UjiMultikolenearitas 96

TABEL 4.13 Analisis Regresi Liniear Berganda 98

TABEL 4.14 Uji Parsial (UJI T) 102

TABEL 4.15 Uji Simulasi (UJI F) 106

TABEL 4.16 Koefisien Determinasi 107

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Hubungan Komunitas Merek 45

GAMBAR 2.2 Three Hierarchies Of Effects 51

GAMBAR 2.3 Kerangka Pikir Teoritis 59

GAMBAR 4.3 Normal Scatterplot 86

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 4.1 Normal P-P Plot Regreesion..... 83

GRAFIK 4.2Grafik Normalitas..... 85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas

Lampiran 4 Output SPSS Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Output Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Output Hipotesis

Lampiran 7 Kartu Pembimbing