

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Lokasi Perusahaan.....	3
1.1.5 Produk <i>Skincare</i> Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	18

1.5 Batasan Penelitian	19
1.6 Kegunaan Penelitian.....	19
1.6.1 Kegunaan Teoritis	19
1.6.2 Kegunaan Praktis	19
1.7 Waktu & Periode Penelitian.....	19
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 <i>Brand Community</i>	21
2.1.2 Kebutuhan Konsumen Pada Komunitas.....	22
2.1.3 Komponen <i>Brand Community</i>	23
2.2.1 <i>Brand Image</i>	24
2.2.2 Elemen <i>Brand Image</i>	24
2.2.3 Komponen <i>Brand Image</i>	25
2.2.4 Dimensi <i>Brand Image</i>	25
2.3.1 <i>Brand Loyalty</i>	25
2.3.2 Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	26
2.3.3 Fungsi <i>Brand Loyalty</i>	27
2.3.4 Faktor <i>Brand Loyalty</i>	28
2.3.5 Indikator <i>Brand Loyalty</i>	29
2.2. Hubungan Antara <i>Brand Community</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	29

2.3 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	30
2.4 Hubungan Antara <i>Brand Community</i> dan <i>Brand Image Terhadap Brand Loyalty</i>	30
2.5 Penelitian Terdahulu	31
2.5.1 Penelitian Terdahulu Skripsi	32
2.5.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	40
2.5.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	46
2.6 Kerangka Pemikiran.....	55
2.7 Hipotesis Penelitian.....	58
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	58
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Jenis Penelitian.....	59
3.2 Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran	60
3.2.1 Operasional Variabel.....	60
3.2.2 Skala Pengukuran.....	64
3.3 Tahapan Penelitian	65
3.4 Populasi Dan Sampel	66
3.4.1 Populasi	66
3.4.2 Sampel.....	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data	69
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas	70

3.6.1 Uji Validitas	70
3.6.2 Uji Reliabilitas	72
3.7 Teknik Analisis Data.....	75
3.7.1 Analisis Deskriptif	75
3.7.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	77
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	78
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
3.7.5 Uji Hipotesis	80
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Pengumpulan Data	83
4.2 Karakteristik Responden	84
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	86
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Budget</i> Membeli <i>Skincare</i> Perbulan	87
4.3 Hasil Penelitian	88
4.3.1 Analisis Deskriptif	89
4.3.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	106
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	107

4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	112
4.3.5 Uji Hipotesis	114
4.3.6 Koefisien Determinasi.....	118
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran.....	125
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	125
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	138