

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Manajemen Operasi	15
2.1.2 10 Keputusan Manajerial	15
2.1.3 Desain	16
2.1.4 Produk.....	17
2.1.5 Desain Produk.....	18
2.1.6 Respon Kognitif.....	18
2.1.7 Respon Afektif.....	19
2.1.8 Keterlibatan Produk	19
2.1.9 Loyalitas Merek	19
2.1.10 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29

3.2	Operasional Variabel	30
3.3	Tahapan Penelitian.....	34
3.4	Populasi dan Sampel.....	35
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	37
3.5.1	Pengumpulan Data.....	37
3.5.2	Sumber Data	37
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas	40
3.7	Teknik Analisis Data	41
3.7.1	Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Karakteristik Responden.....	45
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota.....	46
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	48
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Sepatu <i>Vans Old Skool</i>	52
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Sepatu dalam 1 Tahun	53
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	53
4.2.2	<i>Evaluation of Measurement / Outer Model</i> (Model Pengukuran)	59
4.2.3	<i>Evaluation of Structural Model (Inner Model)</i>	65
4.2.4	Pengujian Hipotesis	68
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	72
4.3.2	Pengujian Hipotesis 1 (Desain Produk Sepatu <i>Vans Old Skool</i> berpengaruh secara positif terhadap Respon Kognitif).....	72
4.3.3	Pengujian Hipotesis 2 (Desain Produk Sepatu <i>Vans Old Skool</i> berpengaruh secara positif terhadap Respon Afektif).....	73
4.3.4	Pengujian Hipotesis 3 (Respon Kognitif berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Merek Sikap).....	73

4.3.5	Pengujian Hipotesis 4 (Respon Kognitif berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Merek Perilaku).....	74
4.3.6	Pengujian Hipotesis 5 (Respon Afektif berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Merek Sikap).....	74
4.3.7	Pengujian Hipotesis 6 (Respon Afektif berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Merek Perilaku)	75
4.3.8	Pengujian Hipotesis 7 (Keterlibatan Produk memoderasi pengaruh Desain Produk Sepatu <i>Vans Old Skool</i> terhadap Respon Kognitif).....	75
4.3.9	Pengujian Hipotesis 8 (Keterlibatan Produk memoderasi pengaruh Desain Produk Sepatu <i>Vans Old Skool</i> terhadap Respon Afektif).....	76
4.3.10	Pengujian Hipotesis 9 (Desain Produk Sepatu <i>Vans Old Skool</i> , Respon Kognitif dan Respon Afektif berpengaruh terhadap Loyalitas Merek Sikap secara simultan)	76
4.3.11	Pengujian Hipotesis 10 (Desain Produk Sepatu <i>Vans Old Skool</i> , Respon Kognitif dan Respon Afektif berpengaruh terhadap Loyalitas Merek Perilaku secara simultan).....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	81
5.2.1	Keterbatasan Penelitian.....	81
5.2.2	Saran bagi Perusahaan	81
5.2.3	Saran Teoritis.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		89