

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | ix |
| <i>ABSTRACT</i> | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Profil Perusahaan <i>Local Skincare Brands</i> | 1 |
| 1.2 Latar Belakang | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 16 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 17 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 18 |
| 1.5.1 Aspek Teoritis | 18 |
| 1.5.2 Aspek Praktis | 18 |
| 1.6 Waktu dan Periode Penelitian | 18 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 18 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 20 |
| 2.1 Landasan Teori | 20 |
| 2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>) | 20 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran (<i>Marketing Management</i>) | 20 |
| 2.1.3 Merek (<i>Brand</i>) | 21 |
| 2.1.4 Manajemen Merek (<i>Brand Management</i>) | 22 |
| 2.1.5 <i>Brand Love</i> | 23 |
| 2.1.6 <i>Brand Loyalty</i> | 26 |
| 2.1.7 <i>Self-Esteem</i> | 28 |
| 2.1.8 <i>Susceptibility to Normative Influence</i> | 31 |
| 2.1.9 Keterkaitan antara <i>Brand Love</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Self-Esteem</i> | 33 |

| | | |
|---|--|----|
| 2.1.10 | Keterkaitan antara <i>Brand Love</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> | 37 |
| 2.1.11 | Keterkaitan antara <i>Brand Love</i> dengan <i>Self-Esteem</i> | 37 |
| 2.1.12 | Keterkaitan antara <i>Self-Esteem</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> | 38 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu..... | 39 |
| 2.2.1 | Jurnal Internasional | 40 |
| 2.2.2 | Jurnal Nasional..... | 45 |
| 2.2.3 | Skripsi | 51 |
| 2.3 | Kerangka Konseptual | 57 |
| 2.4 | Hipotesis Penelitian..... | 61 |
| 2.5 | Ruang Lingkup Penelitian | 62 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 63 |
| 3.1 | Desain Penelitian | 63 |
| 3.2 | Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 64 |
| 3.2.1 | Operasional Variabel..... | 64 |
| 3.2.2 | Skala Pengukuran..... | 67 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 68 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 70 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 70 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 71 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data | 73 |
| 3.5.1 | Data Primer | 73 |
| 3.5.2 | Data Sekunder | 74 |
| 3.5.3 | Sumber Data..... | 74 |
| 3.6 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 74 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 74 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas | 76 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 77 |
| 3.7.1 | Analisis Deskriptif | 78 |
| 3.7.2 | <i>Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS)</i> | 80 |
| 3.7.3 | Pengujian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i> atau <i>GoF</i>) | 88 |
| 3.7.4 | Pengujian Hipotesis..... | 88 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 90 |
| 4.1 | Pengumpulan Data | 90 |
| 4.2 | Karakteristik Responden | 90 |
| 4.2.1. | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin | 91 |

| | | |
|---------------------------------|--|-----|
| 4.2.2. | Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 91 |
| 4.2.3. | Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan | 92 |
| 4.2.4. | Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran | 93 |
| 4.2.5. | Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian dan Penggunaan | 94 |
| 4.2.6. | Kesimpulan Karakteristik..... | 95 |
| 4.3 | Hasil Penelitian..... | 95 |
| 4.3.1. | Analisis Deskriptif | 95 |
| 4.3.2. | Analisis SEM-PLS | 102 |
| 4.3.3. | Uji GoF | 109 |
| 4.3.4. | Uji Hipotesis | 109 |
| 4.4 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 112 |
| 4.4.1. | <i>Brand Love</i> Pada <i>Local Skincare Brands</i> | 113 |
| 4.4.2. | <i>Brand Loyalty</i> Pada <i>Local Skincare Brands</i> | 113 |
| 4.4.3. | <i>Self-Esteem</i> Pada <i>Local Skincare Brands</i> | 114 |
| 4.4.4. | Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 114 |
| 4.4.5. | Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Self-Esteem</i> | 115 |
| 4.4.6. | Pengaruh <i>Self-Esteem</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 116 |
| 4.4.7. | Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Self-Esteem</i> .. | 116 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 118 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 118 |
| 5.2 | Saran | 119 |
| 5.2.1. | Saran Praktis | 119 |
| 5.2.2. | Saran Teoritis | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 122 |