

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori Dan Konsep	11
2.1.1 Teori Stimulus Organism Response (S-O-R).....	11
2.1.2 Konsep Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.3 Konsep Brand Community	13
2.1.4 Indikator Brand Community	13
2.1.5 Konsep Brand Loyalty	16
2.1.6 Indikator Brand Loyalty	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.2.1 Jurnal Nasional	18
2.2.2 Jurnal Internasional	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	31

BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasionalisasi Variable dan Skala Pengukuran	33
3.2.1 Operasional Variable	33
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.5.1 Uji Validitas	40
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.6.2 Uji Method of Successive Interval (MSI)	46
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.3.1 Uji Normalitas	47
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas	48
3.6.4 Analisis Korelasi	49
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	50
3.6.6 Analisis Regresi Linier Sederhana	50
3.6.7 Uji Hipotesis.....	51
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	53
4.2 Karakteristik Responden	54
4.2.1 Karakteristik Responde Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.3 Hasil Penelitian.....	56
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Community (X)	56
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Loyalty (Y).....	65
4.3.3 Analisis Method Of Successive Interval (MSI)	71
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.4.1 Uji Normalitas	71
4.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas	73
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi.....	73
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi.....	75
4.3.7 Analisis Regresi Sederhana	76
4.3.8 Uji Hipotesis.....	78
4.3.8.1 Uji T (Parsial).....	78
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.4.1 Brand Community	80
4.4.2 Brand Loyalty.....	82

4.4.3 Pembahasan Pengaruh Brand Community Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) Terhadap Brand Loyalty di Kalangan Konsumen Emina Cosmetics..	83
---	----

BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Teoritis	86
5.2.2 Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90