

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	15
1.2 Latar Belakang Penelitian	16
1.3 Rumusan Masalah	34
1.4 Tujuan Penelitian.....	34
1.5 Kegunaan Penelitian.....	35
1.5.1 Aspek Teoritis	35
1.5.2 Aspek Praktis	35
1.6 Sistematika Penulisan.....	36
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	37
2.1 Kajian Teori	37
2.1.1 Pemasaran	37
2.1.2 <i>Religiosity</i>	37

2.1.3 <i>Decision to Boycott</i>	38
2.1.4 <i>Brand Attitude</i>	40
2.1.5 <i>Loyalty</i>	41
2.1.6 Dampak Konflik Politik terhadap Perilaku Konsumen	41
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.2.1 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	42
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	49
2.2.3 Penelitian Terdahulu Skripsi	56
2.3 Kerangka Pikiran	62
2.3.1 Pengaruh <i>Religiosity</i> terhadap <i>Decision to Boycott</i>	63
2.3.2 Pengaruh <i>Decision to Boycott</i> terhadap <i>Brand Attitude</i>	64
2.3.3 Peran <i>Loyalty</i> terhadap <i>Religiosity</i> dan <i>Decision to Boycott</i>	65
2.3.4 Peran <i>Loyalty</i> terhadap <i>Decision to Boycott</i> dan <i>Brand Attitude</i>	66
2.4 Hipotesis	67
2.5 Ruang Lingkup	68
BAB III METODE PENELITIAN	69
3.1 Jenis Penelitian	69
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	69
3.2.1 Operasional Variabel	69
3.2.2 Skala Pengukuran	73
3.3 Tahapan Penelitian	74
3.4 Populasi dan Sampel	75
3.4.1 Populasi	75
3.4.2 Sampel	75
3.5 Data Diperlukan dan Teknik Pengumpulan Data	78

3.5.1 Data Diperlukan.....	78
3.5.2 Sumber Data	78
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	79
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
3.6.1 Uji Validitas	79
3.6.2 Uji Reliabilitas	82
3.7 Teknik Analisis Data.....	84
3.7.1 Analisis Deskriptif	84
3.7.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	85
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	86
3.7.4 Analisis <i>Outer Model</i>	86
3.7.5 Analisis <i>Inner Model</i>	88
3.7.6 Uji Hipotesis	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Pengumpulan Data	91
4.2 Karakteristik Responden	91
4.2.1 Domisili Responden.....	91
4.2.2 Frekuensi Pembelian Produk Starbucks	92
4.2.3 Pengetahuan tentang Kampanye Boikot	93
4.2.4 Pemahaman terhadap Alasan Kampanye Boikot.....	93
4.3 Hasil Penelitian.....	94
4.3.1 Analisis Deskriptif	94
4.3.2 Analisis SEM-PLS	106
4.3.3 Uji Hipotesis	115
4.4 Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	118

4.4.1 Analisa Pembahasan Analisis Deskriptif	119
4.4.2 Analisa Pembahasan Uji <i>Outer Model</i>	120
4.4.3 Analisa Pembahasan Uji <i>Inner Model</i>	121
4.4.4 Analisa Pembahasan Uji Hipotesis	121
BAB V PENUTUP.....	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	139