

## DAFTAR ISI

TESIS .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
BAB 2 TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....	13
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 <i>Brand Community</i> .....	13
2.1.2 Dimensi <i>Brand Community</i> .....	21
2.1.3 Karakteristik Yang Mendorong Terbentuknya <i>Brand Community</i> .....	21
2.2 Loyalitas Merek .....	22

2.2.1 Pengertian Loyalitas Merek .....	22
2.2.2 Aspek Loyalitas Merek .....	23
2.2.3 Merek .....	25
2.2.4 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek .....	26
2.3 Penelitian Terdahulu .....	29
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
2.5 Hipotesis .....	43
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian .....	45
3.2 Sumber Data .....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel .....	47
3.5 Definisi Konseptual .....	47
3.6 Definisi Operasional .....	48
3.7 Teknik Validasi Instrumen.....	50
3.7.1 Eksploratory Faktor Analisis .....	50
3.8 Teknik Analisa Data .....	53
3.8.1 Analisa Deskriptif .....	53
3.8.2 Analisis Kuantitatif .....	54

3.8.2.1 Structural Equation Modeling (SEM).....	55
3.8.2.2 Acuan Indeks Kesesuaian Model.....	55
3.8.2.3 Prinsip – prinsip Dasar Dibalik SEM .....	59
3.8.2.4 Tahapan Permodelan SEM .....	60

#### BAB 4 ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen .....	65
4.1.1 Uji Validitas .....	66
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	73
4.2 Profil Responden Penelitian .....	75
4.3 Eksploratory Faktor Analysis .....	83
4.4 Confirmatory Faktor Analysis .....	88
4.5 Uji Kesuaian Hipotesa .....	94
4.5 Pembahasan Penelitian .....	97

#### BAB 5 KESIMPULAN IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Implikasi ... ..	106
5.3 Saran.....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan kendaraan motor roda dua 2015 – 2017 .....	2
Tabel 1.2 Daftar Komunitas Motor.....	4
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	49
Tabel 4.1 <i>Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA) Variabel Legitimasi .....	66
Tabel 4.2 <i>Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA) Variabel Loyalitas Merek Oposisi (LMO) .....	67
Tabel 4.3 <i>Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA) Variabel Merayakan Sejarah Merek (MSM).....	69
Tabel 4.4 <i>Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA) Variabel Berbagi Cerita Merek (BCM) .....	70
Tabel 4.5 <i>Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA) Variabel Integrasi dan Mempertahankan Anggota (IMA)....	71
Tabel 4.6 <i>Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA) Variabel Membantu Dalam Penggunaan Merek (MPM).....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.8 Faktor Analisa Legitimasi (L).....	84
Tabel 4.9 Loyalitas Merek Oposisi(LMO).....	86
Tabel 4.10 Merayakan Sejarah Merek (MSM).....	86

Tabel 4.11 Berbagi Cerita Merek (BCM) .....	86
Tabel 4.12 Integritas dan Mempertahankan Anggota (IMA).....	87
Tabel 4.13 Membantu Penggunaan Merek (MPM).....	88
Tabel 4.14 Hasil Uji Kesesuaian Model Penelitian yang pertama.....	92
Tabel 4.15 Hasil Uji Kesesuaian Model Penelitian yang kedua.....	94
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesa.....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komunitas Ninja Mono Owner.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Model Pertama .....	41
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Model kedua.....	42
Gambar 3.1 Diagram Jalur Model Pertama sebelum dilakukan pengujian .....	61
Gambar 3.2 Diagram Jalur Model Kedua. sebelum dilakukan pengujian .....	62
Gambar 4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	75
Gambar 4.2 Profil responden berdasarkan usia.....	76
Gambar 4.3 Profil responden berdasarkan status pekerjaan .....	78
Gambar 4.4 Profil responden berdasarkan pendidikan.....	79
Gambar 4.5 Profil responden berdasarkan domisili.....	81
Gambar 4.6 Profil responden berdasarkan status pernikahan.....	82
Gambar 4.7 Model penelitian yang pertama sebelum dilakukan pengujian ...	89
Gambar 4.8 Model penelitian setelah yang kedua sebelum dilakukan pengujian.....	90
Gambar 4.9 Model pertama setelah dilakukan penelitian.....	91
Gambar 4.10 Model kedua setelah dilakukan penelitian.....	93

