

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Riset	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Brand Equity	10
2.1.2 Brand Experience	12
2.1.3 Brand Reputation	16

2.1.4 Customer Satisfaction	17
2.1.5 Brand Loyalty	21
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1 Pengaruh Antara Brand equity Terhadap Brand Loyalty	22
2.2.2 Pengaruh Antara Brand Experience Terhadap Brand Loyalty	23
2.2.3 Pengaruh Antara Brand reputation Terhadap Brand Loyalty	24
2.2.4 Pengaruh Antara Customer satisfaction Terhadap Brand Loyalty	25
2.2.5 Pengaruh Antara Brand Equity Terhadap Brand Trust.....	27
2.2.6 Pengaruh Antara Brand Experience Terhadap Brand Trust	28
2.2.7 Pengaruh Antara Brand Reputation Terhadap Brand Trust.....	29
2.2.8 Pengaruh Antara Customer Satisfaction Terhadap Brand Trust.....	30
2.2.9 Pengaruh Antara Brand Trust Terhadap Brand Loyalty	31
2.2.10 Pengaruh Brand Equity terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust	32
2.2.11 Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust.....	33
2.2.12 Pengaruh Brand Reputation terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust	35
2.2.13 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust.....	36
2.3 Riset Terdahulu	37
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
2.5 Hipotesis Riset.....	41
BAB III METODOLOGI RISET	43
3.1 Variabel Riset serta Definisi Operasional Variabel.....	43
3.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	43

3.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	43
3.2 Populasi serta Sampel	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis serta Sumber Data.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Uji Validitas	48
3.6 Uji Reliabilitas.....	49
3.7 Analisis Statistik Deskriptif	49
3.8 Metode Analisis.....	49
3.8.1 Analisis <i>Outer Model</i>	50
3.8.2 Analisis <i>Inner Model</i>	51
3.8.3 Pengujian Hipotesis.....	52
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.9.1 Uji Normalitas.....	52
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.9.3 Uji Multikolinearitas.....	53
3.10 Uji Kelayakan Model	54
3.10.1 Uji Parsial (t).....	54
3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)	56
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Pendahuluan	57
4.2 Profil Responden	57
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57

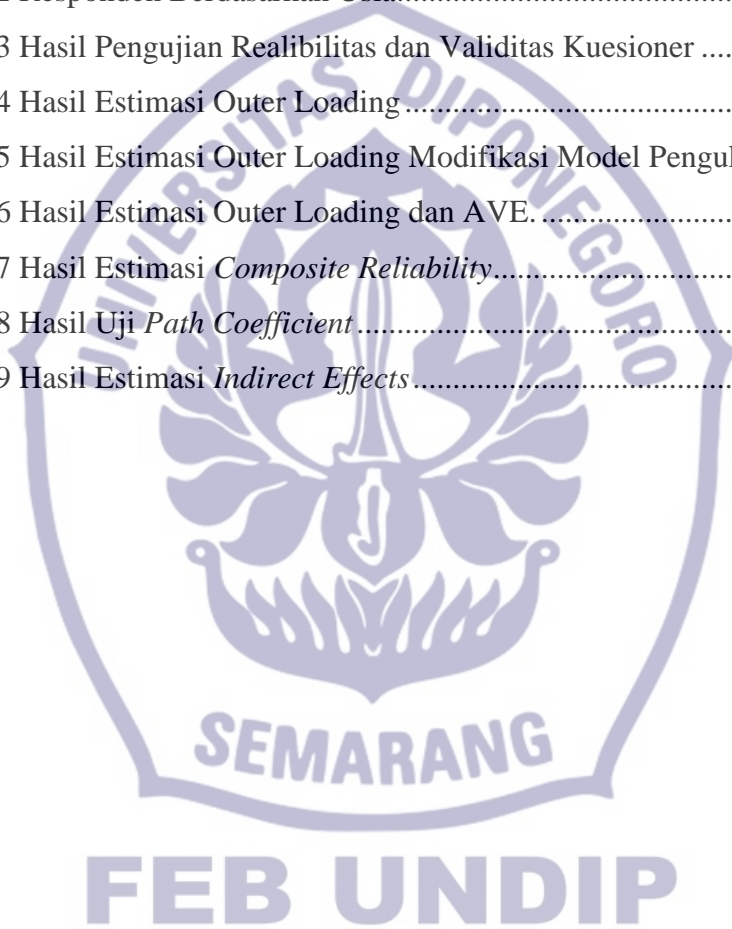
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.4 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	61
4.4.1 Model Pengukuran	61
4.4.2 Uji Validitas melalui <i>Outer Model</i>	64
4.4.3 Uji Reliabilitas melalui <i>Outer Model</i>	65
4.5 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	65
4.5.1 Uji R-Square melalui <i>Inner Model</i>	65
4.5.2 Uji Path Coefficient	66
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	72
5.1 Ringkasan Penelitian.....	72
5.2 Kesimpulan.....	72
5.2.1 Pengaruh Brand Equity Terhadap Brand Loyalty	72
5.2.2 Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty	73
5.2.3 Pengaruh Brand Reputation Terhadap Brand Loyalty	74
5.2.4 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty	74
5.2.5 Pengaruh Brand Equity terhadap Brand Trust	75
5.2.6 Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Trust	76
5.2.7 Pengaruh Brand Reputation terhadap Brand Trust.....	76
5.2.8 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Brand Trust	77
5.2.9 Pengaruh Brand Trust terhadap Brand Loyalty.....	78
5.2.10 Pengaruh Brand Equity terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust	79
5.2.11 Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust.....	79

5.2.12 Pengaruh Brand Reputation terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust	80
5.2.13 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty melalui Intevening Brand Trust.....	81
5.3 Kesimpulan atas Rumusan Masalah Penelitian.....	82
5.4 Implikasi Teoritis	83
5.5 Implikasi Manajerial	84
5.6 Keterbatasan Penelitian.....	84
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89
CURRICULUM VITAE.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Riset Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Realibilitas dan Validitas Kuesioner	59
Tabel 4. 4 Hasil Estimasi Outer Loading	61
Tabel 4. 5 Hasil Estimasi Outer Loading Modifikasi Model Pengukuran.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Estimasi Outer Loading dan AVE.....	64
Tabel 4. 7 Hasil Estimasi <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	66
Tabel 4. 9 Hasil Estimasi <i>Indirect Effects</i>	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Grafik Jumlah Penggunaan Dompot Digital	3
Gambar 2. 1 Kerangka Permodelan	41
Gambar 4. 1 Model Pengukuran	61
Gambar 4. 2 Hasil Modifikasi Model Pengukuran	63
Gambar 5. 1 Peningkatan Loyalitas <i>E-Wallet Dana</i>	82

