

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Lokasi Perusahaan.....	3
1.1.5 Produk <i>Skincare</i> Perusahaan .....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	18

1.5 Batasan Penelitian .....	19
1.6 Kegunaan Penelitian.....	19
1.6.1 Kegunaan Teoritis .....	19
1.6.2 Kegunaan Praktis .....	19
1.7 Waktu & Periode Penelitian.....	19
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 <i>Brand Community</i> .....	21
2.1.2 Kebutuhan Konsumen Pada Komunitas.....	22
2.1.3 Komponen <i>Brand Community</i> .....	23
2.2.1 <i>Brand Image</i> .....	24
2.2.2 Elemen <i>Brand Image</i> .....	24
2.2.3 Komponen <i>Brand Image</i> .....	25
2.2.4 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	25
2.3.1 <i>Brand Loyalty</i> .....	25
2.3.2 Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	26
2.3.3 Fungsi <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.3.4 Faktor <i>Brand Loyalty</i> .....	28
2.3.5 Indikator <i>Brand Loyalty</i> .....	29
2.2. Hubungan Antara <i>Brand Community</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> .....	29

2.3 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> .....	30
2.4 Hubungan Antara <i>Brand Community</i> dan <i>Brand Image Terhadap Brand Loyalty</i> .....	30
2.5 Penelitian Terdahulu .....	31
2.5.1 Penelitian Terdahulu Skripsi .....	32
2.5.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional .....	40
2.5.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	46
2.6 Kerangka Pemikiran.....	55
2.7 Hipotesis Penelitian.....	58
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	59
3.2 Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran .....	60
3.2.1 Operasional Variabel.....	60
3.2.2 Skala Pengukuran.....	64
3.3 Tahapan Penelitian .....	65
3.4 Populasi Dan Sampel .....	66
3.4.1 Populasi .....	66
3.4.2 Sampel.....	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	70

3.6.1 Uji Validitas .....	70
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	72
3.7 Teknik Analisis Data.....	75
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	75
3.7.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	77
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	78
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
3.7.5 Uji Hipotesis .....	80
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	82
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	83
4.2 Karakteristik Responden .....	84
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	86
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Budget</i> Membeli <i>Skincare</i> Perbulan .....	87
4.3 Hasil Penelitian .....	88
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	89
4.3.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI) .....	106
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	107

4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	112
4.3.5 Uji Hipotesis .....	114
4.3.6 Koefisien Determinasi.....	118
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	120
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
5.1 Kesimpulan .....	124
5.2 Saran.....	125
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	125
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>138</b>