

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
ABSTRAK	13
ABSTRACT.....	14
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusuan Masalah	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	26
1.4 Manfaat Penelitian.....	26
1.4.1 Manfaat Akademis.....	26
1.4.2 Manfaat Teoristis	26
1.4.3 Manfaat Praktis.....	27
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	27
1.6 Kerangka Pemikiran	31
BAB II	32
TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Loyalitas Pelanggan	32
2.2 <i>Social Influence</i> dalam Prilaku Konsumen.....	34
2.3 Isu Boikot dan Dampak pada Merek	47
2.4 <i>Social Influence</i> dalam Isu Boikot	56
2.5 Starbucks sebagai Objek Studi.....	64

2.6 Penelitian Terdahulu	72
BAB III.....	74
METODE PENELITIAN.....	74
3.1 Jenis Penelitian.....	74
3.2 Subjek Penelitian	75
3.3 Objek Penelitian.....	76
3.4 Lokasi Penelitian.....	76
3.5 Sumber Data.....	76
3.5.1 Data Primer	76
3.5.2 Data Sekunder.....	78
3.6 Teknik Pengumpulan Data	78
3.7 Analisis Data.....	80
3.8 Keabsahan Data	83
BAB IV	87
HASIL DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Gambaran Umum Isu <i>Boycott Starbucks</i>	87
4.2 Hasil Penelitian.....	88
4.3 Pembahasan.....	143
BAB V	146
PENUTUP.....	146
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran	146
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN.....	160