

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN	iii
ABSTRAKSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Komunitas Merek (Brand Community)	9
2. Kepuasan Pelanggan	18

3. Loyalitas Merek	24
B. Hubungan Antar Variabel Penelitian	29
1. Hubungan Komunitas Merek (Brand Community) Dengan Loyalitas Merek	29
2. Hubungan Komunitas Merek (Brand Community) Dengan Kepuasan Pelanggan.....	31
3. Hubungan kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Merek	31
4. Hubungan Komunitas Merek (Brand Community) Dengan Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Pelanggan	31
C. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	32
D. Kerangka Pemikiran Teoritis	36
E. Hipotesis.....	36
BAB III. METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Jenis dan Sumber Data	38
C. Tehnik Pengumpulan Data.....	39
D. Populasi.....	39
E. Definisi Operasional Variabel.....	39
F. Skala Pengukuran Variabel.....	41
G. Uji Validitas	42
H. Uji Reliabilitas	44

I. Uji Normalitas.....	46
J. Tehnik Analisis Data.....	47
1. Analisis Deskriptif	47
2. Analisis Kualitatif	48
K. Pengujian Hipotesis.....	51
1. Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek (Hipotesis 1).....	51
2. Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Kepuasan Pengguna (Hipotesis 2)	51
3. Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Merek (Hipotesis 3).....	52
4. Kepuasan Pengguna Memediasi Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek (Hipotesis 4).....	53
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Gambaran Umum Responden.....	53
a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	54
c. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	55
d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
2. Statistik Deskriptif	56
3. Hasil Uji Hipotesis	57

a.	Pengaruh Komunitas Merek (X) Terhadap Loyalitas Merek (Y)	59
b.	Pengaruh Komunitas Merek (X) Terhadap Kepuasan Pengguna (M)	60
c.	Pengaruh Kepuasan Pengguna (M) Terhadap Loyalitas Merek (Y)	61
d.	Kepuasan Pengguna (M) Memediasi Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek (Y)	63
B.	Pembahasan	66
1.	Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Mobil Mercedes-Benz di Yogyakarta	66
2.	Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Mobil Mercedes-Benz di Yogyakarta	68
3.	Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Merek Mobil Mercedes-Benz di Yogyakarta.....	70
4.	Kepuasan Pengguna Memediasi Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Mobil Mercedes-Benz	72
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
A.	Kesimpulan.....	76
B.	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.1 Deskripsi Frekuensi Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Deskripsi Frekuensi Usia	54
Tabel 4.3 Deskripsi Frekuensi Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Jenis Pekerjaan.....	55
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif.....	57
Tabel 4.6 Hasil Analisis Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	60
Tabel 4.7 Hasil Analisis Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Kepuasan Pengguna.....	61
Tabel 4.8 Hasil Analisis Pengaruh kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Merek.....	62
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Kepuasan Pengguna Sebagai Pemediasi Pengaruh Komunitas Terhadap Loyalitas Merek.....	63

Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji Sobel..... 66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan	19
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas Merek	25
Gambar 2.3 Nilai Loyalitas Merek.....	27
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	36
Gambar 3.1 Model Hubungan Antar Komunitas Merek, Kepuasan Pengguna dan Loyalitas Merek.....	49
Gambar 4.1 Hasil Analisis Regresi	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban 30 Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban 40 Responden
- Lampiran 5 Analisis Regresi Mediasi