

DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR LAMPIRAN.....	8
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.1 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS	Error!
Bookmark not defined.	
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Marketing Communication	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Viral Marketing.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Brand Community</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Loyalitas Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.

2.3	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III		Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Metode Penelitian dan Disain Penelitian.	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Disain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel ..	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Sample.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Pengujian Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Rancangan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Methodes Successive Interval (MSI) ..	Error! Bookmark not defined.
3.7.3	Analisis Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana...	Error! Bookmark not defined.
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.6	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.7.7	Studi Perbandingan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV		Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.

4.1	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Profil Manajemen Pemasaran Merek-Merek Smartphone dengan Sistem Operasi Android.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Gambaran Karakteristik dan Pengalaman Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Gambaran Variabel Brand Community	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Community</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.5	Gambaran Variabel Loyalitas Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.7	Hasil Pengujian Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penggunaan merek smartphone sebelum dan saat ini 2013.....	6
Tabel 1.2	Hasil pra penelitian penggunaan merek smartphone sebelum dan saat ini.....	7
Tabel 1.3	Kemungkinan pergantian merek smartphone.....	9
Tabel 1.4	<i>Indonesian Net Promoter And Emotional Value Smartphone</i>	11
Tabel 2.1	Typical Communication Tools (Media	23
Tabel 2.2	Viral Marketing Instrument.....	25
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	60
Tabel 3.2	Jenis Data dan Sumber	63
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Brand Community).....	69
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Loyalitas Merek)	70
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X dan Y	73
Tabel 3.6	Interfal Koefisien.....	77
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	87
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan pekerjaan	88
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Tingkat Pendapatan	90
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Alasan Pemilihan Merek	91
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pengguna dan Sumber Informasi	92
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Memeiliki Pengetahuan Tentang Komunitasnya.....	94

Tabel 4.7	Tanggapan Responden mengenai Anggota Kaskus Android Community yang sangat memiliki pengetahuan tentang merek	95
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Memiliki Kepercayaan Terhadap Sesama Anggota Komunitas	96
Tabel 4.9	Rekapitulasi Conciousness of Kind.....	97
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Aktif Dalam Berbagi Cerita dengan Sesama Anggota	98
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Ingin Mengikuti Kegiatan atau Event yang Dilaksanakan Komunitas	99
Tabel 4.12	Rekapitulasi Ritual & Tradition	100
Tabel 4.13	Tanggapa Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Aktif Mencari Informasi Tentang Merek yang Digunakan.....	101
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Aktif Memberi Tanggapan Terhadap Permasalahan dalam Penggunaan Merek	102
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Percaya Terhadap Informasi Yang Diberikan Sesama Anggota Komunitas	103
Tabel 4.16	Rekapitulasi Moral Responsibility	104
Tabel 4.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Brand Community	105
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Mempertimbangkan dalam Pembelian Merek Smartphone.....	110
Tabel 4.19	Rekapitulasi Involevement	111
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Merek yang Digunakan Saat Ini Sangat Berguna	112

Adi Makayasa, 2015

PENGARUH BRAND COMMUNITY TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN SISTEM OPERASI ANDROID

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Bangga Ketika Menggunakan Merek.....	113
Tabel 4.22	Rekapitulasi <i>Perceived Value</i>	113
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Percaya Kepada Merek yang Digunakan Saat Ini	115
Tabel 4.24	Rekapitulasi Brand Trust	115
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Puas Terhadap Merek yang Digunakan Saat Ini	116
Tabel 4.26	Rekapitulasi <i>Customer Satisfaction</i>	117
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Tidak Akan Beralih Ke Merek Lain.....	118
Tabel 4.28	Rekapitulasi Commitment.....	119
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Bersedia Merekomendasikan Merek ke Orang Lain.....	120
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Anggota Kaskus Android Community yang Sangat Setia Kepada Merek yang Digunakan Saat Ini	120
Tabel 4.31	Rekapitulasi Repeated Purchase Behaviour	121
Tabel 4.32	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek	122
Tabel 4.33	Output Korelasi	128
Tabel 4.34	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	128
Tabel 4.35	Output Pengaruh Brand Community terhadap Loyalitas Merek.....	129
Tabel 4.36	Output ANOVA	130
Tabel 4.37	Output Persamaan Regresi	131
Tabel 4.38	Klasifikasi Kuat Lemahnya Hubungan antar Variabel	133
Tabel 4.39	Uji Beda Mean Loyalitas Merek	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Pengguna Smartphone di Indonesia	2
Gambar 1.2	<i>Market Share Smartphone</i> Berdasarkan Sistem Operasi	3
Gambar 1.3	Top Brand Smartphone di Asia dan Australia Nielsen Survey	4
Gambar 1.4	Favorite Brand Smartphone di Asia dan Australia 2014	5
Gambar 1.5	Tingkat Loyalitas Merek Smartphone dengan Sistem Operasi Android (Pra Penelitian)	11
Gambar 2.1	<i>Intergrated Marketing Communication</i>	20
Gambar 2.2	Piramida Brand Loyalty	45
Gambar 2.3	Piramida Brand Loyalty Terbalik	46
Gambar 2.4	Model Kerangka Pemikiran	55
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian	56
Gambar 4.1	Hasil Kontinium Brand Community Merek Samsung.....	107
Gambar 4.2	Hasil Kontinium Brand Community Merek Sony	107
Gambar 4.3	Hasil Kontinium Brand Community Merek Lenovo	108
Gambar 4.4	Hasil Kontinium Brand Community	108
Gambar 4.5	Hasil Kontinium Loyalitas Merek Samsung.....	124
Gambar 4.6	Hasil Kontinium Loyalitas Merek Sony	124
Gambar 4.7	Hasil Kontinium Loyalitas Merek Lenovo	125
Gambar 4.7	Hasil Kontinium Loyalitas Merek	125
Gambar 4.7	Normal Probability Plot untuk Uji Asumsi Normalitas.....	127

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Administratif
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y
- Lampiran 4 Data Ordinal Variabel X dan Y
- Lampiran 5 Data Interval Variabel X dan Y
- Lampiran 6 Outpt SPSS Regresi & Korelasi Variabel X dan Y
- Lampiran 7 Catatan Bimbingan
- Lampiran 8 Riwayat Hidup