

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR FIGUR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. LatarBelakangPenelitian .....	1
B. RumusanMasalah .....	4
C. TujuanPenelitian .....	4
D. ManfaatPenelitian .....	4
E. SistematikaPenulisan .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	6
A. Konformitas .....	6
1. DefinisiKonformitas .....	6
2. DasarPembentukKonformitas .....	7
3. Jenis-jenisKonformitas .....	7
4. PengukuranKonformitas .....	8
B. Gaya Hidup .....	9
1. Definisi Gaya Hidup .....	9

2. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	10
3. Gaya Hidup AIO.....	10
4. Tipe Gaya Hidup.....	11
5. Pengukuran Gaya Hidup.....	12
C. Loyalitas Merek.....	12
1. Definisi Loyalitas Merek.....	12
2. Pendekatan Mengenai Loyalitas Merek.....	13
3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Merek.....	14
4. Pengukuran Loyalitas Merek.....	15
D. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
E. Kerangka Berpikir.....	16
F. Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
A. Lokasi dan Subjek Penelitian.....	21
1. Lokasi Penelitian.....	21
2. Subjek Penelitian.....	21
3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
B. Metode Penelitian dan Desain Penelitian.....	22
C. Definisi Operasional.....	22
1. Definisi Operasional Konformitas.....	22
2. Definisi Operasional Gaya Hidup.....	23
3. Definisi Operasional Loyalitas Merek.....	24
D. Instrumen Penelitian.....	25
1. Instrumen Konformitas.....	25
2. Instrumen Gaya Hidup.....	26
3. Instrumen Loyalitas Merek.....	28
E. Validitas dan Reliabilitas Skala.....	29
F. Teknik Analisis Data.....	33
1. Statistik Deskriptif.....	34
2. Uji Hipotesis.....	35
G. Prosedur Penelitian.....	36

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
A. Hasil dan Pembahasan Data Demografis.....	38
1. Hasil Uji Perbedaan Mean Antar Kelompok.....	39
B. Hasil dan Pembahasan Berdasarkan Variabel.....	44
1. Hasil dan Pembahasan Variabel Konformitas.....	44
2. Hasil dan Pembahasan Variabel Tipe Gaya Hidup.....	46
3. Hasil dan Pembahasan Variabel Loyalitas Merek.....	47
C. Hasil Berdasarkan Uji Hipotesis.....	50
1. Hasil Uji Korelasi.....	50
2. Hasil Analisis Regresi.....	51
D. Pembahasan.....	55
1. Pengaruh Jenis Konformitas <i>Compliance</i> Terhadap Loyalitas Merek.....	55
2. Pengaruh Jenis Konformitas <i>Acceptance</i> Terhadap Loyalitas Merek.....	56
3. Pengaruh Tipe Gaya Hidup <i>Fashion</i> Terhadap Loyalitas Merek.....	57
4. Pengaruh Tipe Gaya Hidup <i>Plain</i> Terhadap Loyalitas Merek.....	58
5. Pengaruh Tipe Gaya Hidup <i>Consumer</i> Terhadap Loyalitas Merek.....	59
E. Keterbatasan Penelitian.....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	63

## LAMPIRAN

## RIWAYAT HIDUP PENELITI

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Penyekoran Item Konformitas .....	25
Tabel 3.2	ProporsiSkalaKonformitas .....	26
Tabel 3.3	Penyekoran Item Tipe Gaya Hidup .....	27
Tabel 3.4	ProporsiSkalaTipe Gaya Hidup .....	28
Tabel 3.5	Penyekoran Item LoyalitasMerek .....	28
Tabel 3.6	KategosisasiSkalaLoyalitasMerek .....	29
Tabel 3.7	HasilAnalisisFaktorKonfirmatori .....	30
Tabel 3.8	HasilAnalisisInstrumenPenelitian .....	31
Tabel 3.9	KoefisisenReliabilitas Alpha Cronbach .....	32
Tabel 3.10	ReliabilitasInstrumenKonformitas .....	32
Tabel 3.11	ReliabilitasInstrumenTipe Gaya Hidup .....	33
Tabel 3.12	ReliabilitasInstrumenLoyalitasMerek .....	33
Tabel 4.1	GambaranData Demografis .....	40
Tabel 4.2	GambaranKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	41
Tabel 4.3	HasilUji T-Tes .....	43
Tabel 4.4	HasilUji Mann-Whitner U Gaya Hidup <i>Consumer Type</i> .....	43
Tabel 4.5	GambaranMahasiswa yang MerupakanKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung BerdasarkanFrekuensiBerkunjung ke Starbucks .....	44
Tabel 4.6	HasilUjiKruskal-Wallis PadaKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung BerdasarkanFrekuensiBerkunjung .....	46
Tabel 4.7	GambaranKonformitasPadaKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	47
Tabel 4.8	GambaranTipe Gaya HidupPadaKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	49
Tabel 4.9	GambaranLoyalitasMerekPadaKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	50

Tabel 4.10	Gambaran Tingkat DimensiLoyalitasMerekPadaKonsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	51
Tabel 4.11	InterpretasiKoefisienKorelasiNilai R .....	53
Tabel 4.12	NilaiKorelasiSignifikasiKonformitas, Tipe Gaya Hidupdan LoyalitasMerekPadaPengunjung Starbucks Coffee di Bandung.....	53
Tabel 4.13	TabelKoefisien.....	54
Tabel 4.12	HasilKoefisienDeterminasi.....	56

## DAFTAR FIGUR

Figur 2.1	Kerangka Berpikir Konformitas Tipe Gaya Hidup dan Loyalitas Merek.....	19
Figur 3.1	Rumus Mean Hipotetik.....	36
Figur 4.1	Model Hubungan Berdasarkan Koefisien Determinasi.....	57

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Presentase Gambaran Konformitas Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	47
Grafik 4.2	Gambaran Tipe Gaya Hidup Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	49
Grafik 4.3	Gambaran Loyalitas Merek Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	50
Grafik 4.4	Gambaran Tingkat Dimensi Loyalitas Merek Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

- A. Lampiran 1 Surat Keputusan Pengangkatan Dosen Pembimbing  
Surat Pernyataan Expert Judgement
- B. Lampiran 2 Kartu Bimbingan
- C. Lampiran 3 Kuesioner Konformitas, Tipe Gaya Hidup, dan Loyalitas  
Merek
- D. Lampiran 4 Hasil Pengumpulan Data
- E. Lampiran 5 Uji Reliabilitas  
Uji Hipotesis