

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. <i>PEER INFLUENCE</i>	7
1. Kelompok Teman Sebaya	7
2. Pengertian <i>Peer Influence</i>	8
3. Dimensi <i>Peer Influence</i>	8
4. Peran Teman Sebaya	10
5. Berbelanja Dengan Teman	11

B. LOYALITAS	12
1. Definisi Loyalitas	12
2. Siklus Pembelian	13
3. Dimensi Loyalitas	14
4. Manfaat Memiliki Pelanggan yang Loyal	15
C. KERANGKA BERPIKIR	15
D. HIPOTESIS PENELITIAN	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Desain Penelitian	18
B. Populasi dan Sampel Penelitian	18
C. Variabel Penelitiandan Definisi Operasional	19
1. Variabel Penelitian	19
2. Definisi Operasional	19
D. Instrumen Penelitian	19
1. Instrumen <i>Peer Influence</i>	20
2. Instrumen Loyalitas	22
E. Proses Pengembangan Instrumen	24
1. Uji Validitas	24
2. Analisis Item	24
3. Uji Reliabilitas	25
F. Teknik Pengumpulan Data	26
G. Prosedur Penelitian	27
1. Tahap Persiapan	27
2. Tahap Pelaksanaan	27
3. Tahap Pengolahan Data	28
4. Tahap Penyelesaian	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Demografi	31
B. Hasil dan Pembahasan <i>Peer Influence</i>	33
1. Gambaran Umum <i>Peer Influence</i>	33
2. Gambaran <i>Per Influence</i> Berdasarkan Dimensi	35
C. Hasil dan Pembahasan Loyalitas	36
1. Gambaran Umum Loyalitas	36
2. Gambaran Loyalitas Berdasarkan Dimensi	38
D. Hubungan antara <i>Peer Influence</i> dengan Loyalitas	39
E. Keterbatasan Penelitian	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	173

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen <i>Peer Influence</i>	20
Tabel 3.2 Skoring Instrumen <i>Peer Influence</i>	21
Tabel 3.3 Kategorisasi Skala <i>Peer Influence</i>	21
Tabel 3.4 Kategorisasi Skala <i>Peer Influence</i>	21
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Loyalitas	22
Tabel 3.6 Skoring Instrumen Loyalitas	23
Tabel 3.7 Kategorisasi Skala Loyalitas	23
Tabel 3.8 Kategorisasi Skala Loyalitas	23
Tabel 3.9 Hasil Analisis Alat Ukur	25
Tabel 3.10 Tabel Kategori Reliabilitas	25
Tabel 3.11 Tabel Koefisien Korelasi	27
Tabel 4.1 Data Demografi Responden	31
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif <i>Peer Influence</i>	33
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Peer Influence</i>	35
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Loyalitas	37
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Dimensi Loyalitas	39
Tabel 4.6 Korelasi antara Pengaruh Teman Sebaya dengan Loyalitas	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	16
------------------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	32
Grafik 4.2 Proses Belanja Responden	32
Grafik 4.3 Persentase Kategorisasi <i>Peer Influence</i>	33
Grafik 4.3 Persentase Kategorisasi Loyalitas	37

Gilang Nugraha, 2019

**STUDI TENTANG KOMUNITAS BIBLIOTERAPI INDONESIA dalam HUBUNGAN PEER INFLUENCE
DENGAN LOYALITAS PENGGUNAAN PRODUK FASHION PADA REMAJA DI KOTA BANDUNG**

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rancangan Instrumen <i>Peer Influence</i>	57
Lampiran 2 Rancangan Instrumen Loyalitas	68
Lampiran 3 Kuesioner Try Out Penelitian	75
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 5 Data <i>Try Out</i> Loyalitas	89
Lampiran 6 Data Try Out Pengaruh Teman Sebaya	108
Lampiran 7 Hasil Analisis Data	128
Lampiran 8 Data Penelitian Pengaruh Teman Sebaya	140
Lampiran 9 Data Penelitian Loyalitas	155
Lampiran 10 Surat-surat	172