

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
PENDAHULUAN.....	1
TINJAUAN PUSTAKA	3
<i>Customer Behavior</i>	3
<i>Brand Loyalty</i>	3
<i>Brand Experience</i>	3
<i>Brand Personality</i>	4
<i>Brand Love</i>	4
HUBUNGAN ANTARA VARIABEL	5
Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Love</i>	5
Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Brand Love</i>	5
Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	6
Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	6
Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	7
Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Brand Love</i>	7
Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Brand Love</i>	8
MODEL PENELITIAN.....	8
METODOLOGI PENELITIAN	9
Desain Penelitian	9
Pengukuran	9
Populasi dan Sampel.....	9

Metode Analisis Data.....	9
HASIL PENELITIAN	10
Karakteristik Responden.....	10
<i>Outer Model</i>	11
Uji Validitas.....	11
<i>Convergent Validity</i>	11
<i>Outer Loading (Loading Factor)</i>	11
<i>Average Variance Exrtrated (AVE)</i>	12
<i>Discriminant Validity</i>	12
<i>Cross Loading</i>	12
Uji Reliabilitas.....	12
Inner Model.....	13
Model Fit.....	13
Uji Hipotesis.....	14
<i>Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)</i>	16
Diskusi.....	17
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	21
Keterbatasan Penelitian.....	22
Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	22
Implikasi Manajerial.....	22
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN.....	30