

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 <i>Brand Community</i>	9
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Community</i>	9
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Brand Community</i>	11
2.1.1.3 Manfaat <i>Brand Community</i>	13
2.1.1.4 Indikator <i>Brand Community</i>	15

2.1.2 <i>Brand Equity</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Equity</i>	18
2.1.2.2 Manfaat <i>Brand Equity</i>	21
2.1.2.3 Dimensi <i>Brand Equity</i>	25
2.1.2.4 Indikator <i>Brand Equity</i>	27
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	28
2.1.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	29
2.1.3.2 Manfaat <i>Word of Mouth</i>	32
2.1.3.3 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	33
2.1.4 Loyalitas	36
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas	36
2.1.4.2 Karakteristik Loyalitas.....	38
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas	40
2.1.4.3 Indikator Loyalitas	42
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	43
2.2 Kerangka Pemikiran.....	55
2.3 Hipotesis.....	58
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	59
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian.....	59
3.2.1 Jenis Penelitian	59
3.2.2 Metode Penelitian yang digunakan.....	60
3.2.3 Populasi dan Sampel.....	60
3.2.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.2.3.2 Metode Pengumpulan Data	62

3.2.4	Definisi Operasionalisasi Variabel	63
3.2.5	Teknik Analisis Data	65
3.2.5.1	Uji Instrumen Penelitian	64
3.2.6	Uji Asumsi Klasik	66
3.2.6.1	Uji Normalitas	67
3.2.6.2	Uji Multikolinearitas	67
3.2.6.3	Uji Heteroskedastisitas	68
3.2.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	68
3.2.4.5	Uji Hipotesis	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1	Hasil Penelitian	73
4.1.1	Karakteristik Deskriptif Responden	73
4.1.2	<i>Brand Community</i> pada Anggota Honda CBR Bandung	75
4.1.3	<i>Brand Equity</i> pada Anggota Honda CBR Bandung	84
4.1.4	<i>Word of Mouth</i> pada Anggota Honda CBR Bandung .	91
4.1.5	Loyalitas pada Anggota Honda CBR Bandung	98
4.1.6	Uji Asumsi Klasik	105
4.1.6.1	Uji Normalitas	105
4.1.6.2	Uji Multikolinearitas	106
4.1.6.3	Uji Heteroskedastisitas	107
4.1.6.4	Uji Autokorelasi	108
4.1.6.5	Uji Regresi Linier Berganda	110
4.1.6.6	Koefisien Determinasi (R^2)	111

4.2 Pembahasan.....	112
4.2.1 <i>Brand Community, Brand Equity, Word of Mouth</i> Loyalitas Anggota Honda CBR Bandung	112
4.2.1.1 <i>Brand Community</i> pada Anggota Honda CBR Bandung	112
4.2.1.2 <i>Brand Equity</i> pada Anggota Honda CBR Bandung	113
4.2.1.3 <i>Word of Mouth</i> pada Anggota Honda CBR Bandung	113
4.2.1.4 Loyalitas pada Anggota Honda CBR Bandung	113
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Community, Brand Equity</i> dan <i>Word</i> <i>of Mouth</i> terhadap Loyalitas Anggota Honda CBR Bandun.....	114
4.2.2.1 Pengaruh <i>Brand Community</i> terhadap Loyalitas pada Anggota Honda CBR Bandung	114
4.2.2.2 Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap Loyalitas pada Anggota Honda CBR Bandung	115
4.2.2.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas pada Anggota Honda CBR Bandung	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Simpulan	117
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu.....	43
3.1	Skala <i>Likert</i>	63
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	63
4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator	76
4.2	Rekapitulasi Skor <i>Brand Community</i>	76
4.3	Rekapitulasi Pernyataan Butir 1 Indikator <i>Brand Community</i>	78
4.4	Rekapitulasi Pernyataan Butir 2 Indikator <i>Brand Community</i>	79
4.5	Rekapitulasi Pernyataan Butir 3 Indikator <i>Brand Community</i>	79
4.6	Rekapitulasi Pernyataan Butir 4 Indikator <i>Brand Community</i>	80
4.7	Rekapitulasi Pernyataan Butir 5 Indikator <i>Brand Community</i>	81
4.8	Rekapitulasi Pernyataan Butir 6 Indikator <i>Brand Community</i>	81
4.9	Rekapitulasi Pernyataan Butir 7 Indikator <i>Brand Community</i>	82
4.10	Rekapitulasi Pernyataan Butir 8 Indikator <i>Brand Community</i>	82
4.11	Rekapitulasi Pernyataan Butir 9 Indikator <i>Brand Community</i>	83
4.12	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator <i>Brand Community</i>	84
4.13	Rekaiptulasi Skor <i>Brand Equity</i>	85
4.14	Rekapitulasi Pernyataan Butir 1 Indikator <i>Brand Equity</i>	87
4.15	Rekapitulasi Pernyataan Butir 2 Indikator <i>Brand Equity</i>	87
4.16	Rekapitulasi Pernyataan Butir 3 Indikator <i>Brand Equity</i>	88
4.17	Rekapitulasi Pernyataan Butir 4 Indikator <i>Brand Equity</i>	88
4.18	Rekapitulasi Pernyataan Butir 5 Indikator <i>Brand Equity</i>	89
4.19	Rekapitulasi Pernyataan Butir 6 Indikator <i>Brand Equity</i>	89

4.20	Rekapitulasi Pernyataan Butir 7 Indikator <i>Brand Equity</i>	90
4.21	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator <i>Brand Equity</i>	91
4.22	Rekapitulasi Skor <i>Word of Mouth</i>	92
4.23	Rekapitulasi Pernyataan Butir 1 Indikator <i>Word of Mouth</i>	94
4.24	Rekapitulasi Pernyataan Butir 2 Indikator <i>Word of Mouth</i>	94
4.25	Rekapitulasi Pernyataan Butir 3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	95
4.26	Rekapitulasi Pernyataan Butir 4 Indikator <i>Word of Mouth</i>	96
4.27	Rekapitulasi Pernyataan Butir 5 Indikator <i>Word of Mouth</i>	96
4.28	Rekapitulasi Pernyataan Butir 6 Indikator <i>Word of Mouth</i>	97
4.29	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator <i>Word of Mouth</i>	99
4.30	Rekapitulasi Skor Loyalitas.....	99
4.31	Rekapitulasi Pernyataan Butir 1 Indikator Loyalitas.....	100
4.32	Rekapitulasi Pernyataan Butir 2 Indikator Loyalitas.....	101
4.33	Rekapitulasi Pernyataan Butir 3 Indikator Loyalitas.....	102
4.34	Rekapitulasi Pernyataan Butir 4 Indikator Loyalitas.....	102
4.35	Rekapitulasi Pernyataan Butir 5 Indikator Loyalitas.....	103
4.36	Rekapitulasi Pernyataan Butir 6 Indikator Loyalitas.....	103
4.37	Rekapitulasi Pernyataan Butir 7 Indikator Loyalitas.....	104
4.38	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Loyalitas	105
4.39	Uji Multikolinearitas.....	107
4.40	Uji Autokorelasi	109
4.41	Uji Regresi Linier Berganda.....	110
4.42	Koefisien Determinasi (R^2)	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Distribusi Penjualan Motor Domestik per Kategori Tahun 2021 .	3
2.1	Paradigma Penelitian.....	57
3.1	Model Penelitian	69
4.1	Karakteristik Anggota Berdasarkan Usia.....	73
4.2	Karakteristik Anggota Berdasarkan Lama Menjadi Anggota.....	74
4.3	Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	106
4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Jadwal Penelitian	125
2	Instrumen Penelitian	126
3	Rekapitulasi Data Ordinal.....	129
4	Rekapitulasi Data MSI.....	137
5	<i>Output SPSS</i>	145