

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	10
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	10

<b>BAB I TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Brand Authenticity.....	11
2.1.2 Brand Engagement.....	12
2.1.3 Brand Equity .....	14
2.1.4 Self Congruence.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	20
2.3.1 Kerangka Pemikiran .....	20
2.3.2 Hipotesis .....	24
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Objek Penelitian .....	25
3.2 Metode Penelitian .....	25
3.2.1 Operasional Variabel.....	25
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.2.2 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.3 Model Penelitian.....	30
3.4 Teknik Analisis Data .....	31
3.4.1 Analisa Data Structural Equation Modelling (SEM).....	31
3.4.2 Analisa Data Moderates Structural Equation Modelling (MSEM) ..	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden .....	42
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	46

4.1.3 Analisis Structural Equation Modelling (SEM) .....	56
4.2 Pembahasan .....	74
4.2.1 <i>Brand Authenticity, Brand Engagement, Brand Equity, dan Self Congruence</i> Pada Pengguna Merek Uniqlo .....	74
4.2.2 Peran <i>Brand Authenticity</i> terhadap <i>Brand Engagement</i> Pada Pengguna Merek Uniqlo.....	75
4.2.3 Peran <i>Brand Engagement</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Pada Pengguna Merek Uniqlo.....	76
4.2.4 Peran <i>Self Congruence</i> memoderasi hubungan antara <i>Brand Authenticity</i> dengan <i>Brand Engagement</i> .....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	78
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81
<b>LAMPIRAN</b> .....	84