

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Masalah	15
D. Kegunaan Penelitian.....	15
1. Manfaat Teoritis.....	15
2. Manfaat Praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori	17
1. Niat untuk Memboikot	17
2. <i>Religious Motivation</i>	27
3. <i>Animosity</i>	35
4. Loyalitas Merek.....	40
B. Penelitian Terdahulu.....	46
C. Kerangka Pemikiran.....	49
D. Hipotesis.....	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58

A. Metode Penelitian.....	58
B. Operasionalisasi Variabel	58
1. Variabel Independen	59
2. Variabel Dependen	61
3. Variabel Moderasi.....	62
C. Populasi dan Sampel	63
1. Populasi	63
2. Sampel	64
D. Teknik Pengumpulan Data	65
E. Instrumen Penelitian.....	66
F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	69
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	70
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
3. Uji Hipotesis.....	75
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	76
1. Tempat Penelitian	76
2. Jadwal Penelitian.....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Gambaran Umum Mengenai Objek Penelitian dan Tempat Penelitian.....	77
1. Objek Penelitian	77
2. Tempat Penelitian	80
B. Statistik Deskriptif Responden.....	81
1. Jenis Kelamin Responden	81
2. Usia Responden	82
3. Pendidikan dan Pekerjaan	83
4. Domisili Responden	84

5. Loyalitas Responden	85
C. Statistik Deskriptif Variabel	86
1. Niat Untuk Memboikot	86
2. <i>Religious Motivation</i>	88
3. <i>Animosity</i>	89
4. Loyalitas Merek.....	91
D. Hasil Penelitian	92
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	92
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	100
3. Uji Hipotesis.....	104
E. Pembahasan Hasil Penelitian	106
1. Pengaruh <i>Religious Motivation</i> Terhadap Niat untuk Memboikot Produk McDonald's.....	106
2. Pengaruh <i>Animosity</i> Terhadap Niat untuk Memboikot Produk McDonald's.....	110
3. Loyalitas Merek Memoderasi Pengaruh <i>Religious Motivation</i> terhadap Niat untuk Memboikot Produk McDonald's	112
4. Loyalitas Merek Memoderasi Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap Niat untuk Memboikot Produk McDonald's	113
BAB V PENUTUP	116
A. Simpulan	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN-LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rincian Produk Yang Menjadi Target Boikot.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Religious Motivation	60
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Animosity.....	61
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Niat Untuk Memboikot.....	62
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Loyalitas Merek	63
Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 3. 6 Tabel Skor.....	69
Tabel 3. 7 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS	72
Tabel 3. 8 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural.....	75
Tabel 3. 9 Jadwal Penelitian.....	76
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	81
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	82
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	83
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden.....	83
Tabel 4. 5 Domisili Responden	84
Tabel 4. 6 Frekuensi Konsumsi Responden	85
Tabel 4. 7 Waktu Konsumsi Responden.....	86
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Data Niat untuk Memboikot	87
Tabel 4. 9 Kategori Kecenderungan Data Variabel	87
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Data Religious Motivation.....	88
Tabel 4. 11 Kategori Kecenderungan Data Variabel	89
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Data Animosity	90
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Data Animosity	91
Tabel 4. 14 Kategori Kecenderungan Variabel.....	92

Tabel 4. 15 Nilai Loading Factor	93
Tabel 4. 16 Nilai Loading Factor	95
Tabel 4. 17 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	96
Tabel 4. 18 Nilai Cross Loading	97
Tabel 4. 19 Nilai Uji Reliabilitas.....	99
Tabel 4. 20 Nilai R-square	100
Tabel 4. 21 Nilai Uji F-square.....	101
Tabel 4. 22 Nilai Goodness of Fit (GOF).....	103
Tabel 4. 23 Nilai Path Coefficient.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan X McDonald's Cabang Israel	6
Gambar 2. 1 Jenis Jenis Permusuhan Konsumen.....	37
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan McDonald's "Golden Arches"	78
Gambar 4. 2 McDonald's Wordmark	78
Gambar 4. 3 Pie Chart Kategori Kecenderungan Data Variabel Niat untuk Memboikot.....	87
Gambar 4. 4 Pie Chart Kategori Kecenderungan Data Variabel Religious Motivation.....	89
Gambar 4. 5 Pie Chart Kategori Kecenderungan Data Variabel Animosity	90
Gambar 4. 6 Pie Chart Kategori Kecenderungan Data Variabel Loyalitas Merek.....	92
Gambar 4. 7 Hasil Output Model Penelitian SEM PLS	104