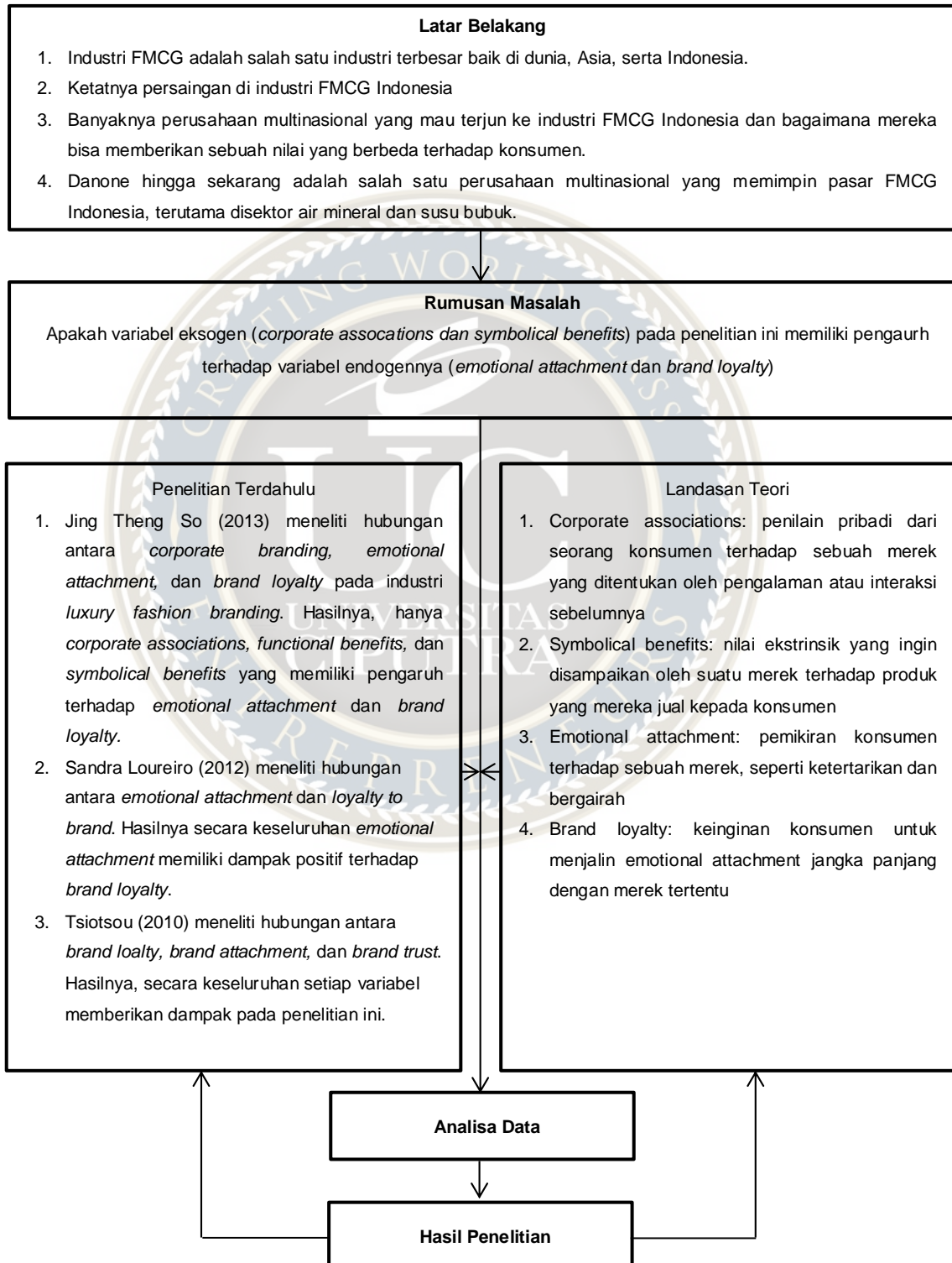


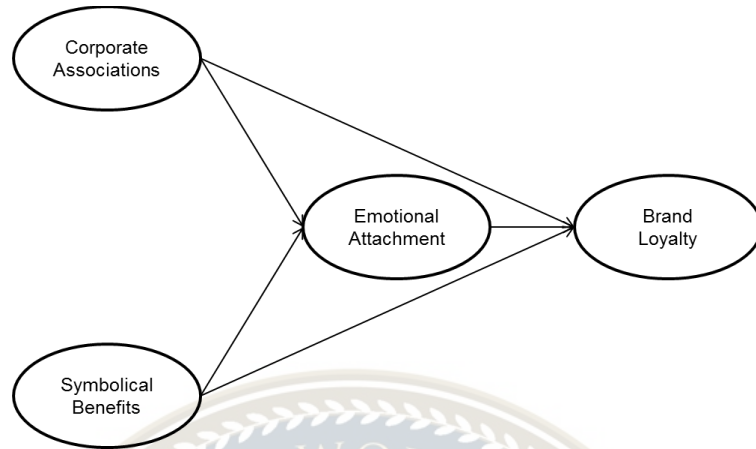
BAB III

KERANGKA PENELITIAN

3.1. Kerangka Penelitian



3.2. Model Analisa



Gambar 3.1 Model Analisa

Model analisa yang akan digunakan pada penelitian ini terlampir pada gambar 3.1 diatas. Peneliti akan mencari hubungan antara *corporate associations* dan *symbolical benefits* terhadap *brand loyalty* melalui mediasi *emotional attachment*.

3.3. Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1a: *Corporate associations* berpengaruh terhadap *emotional attachment*.

H1b: *Corporate associations* berpengaruh terhadap *brand loyalty*.

H2a: *Symbolical benefits* berpengaruh terhadap *emotional attachment*.

H2b: *Symbolical benefits* berpengaruh terhadap *brand loyalty*.

H3: *emotional attachment* berpengaruh terhadap *brand loyalty*.