

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Hubungan Antar Variabel .....	31
D. Kerangka Penelitian .....	32
E. Hipotesis Penelitian .....	33
BAB III .....	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Obyek dan Waktu Penelitian .....	34
C. Populasi.....	34
D. Sampel dan Teknik Sampling .....	35
E. Jenis Data Penelitian .....	37
F. Prosedur Pengambilan Data.....	37

G.	Klasifikasi Variabel Penelitian .....	38
H.	Definisi Operasional Variabel.....	38
I.	Pengukuran Variabel.....	40
J.	Uji Instrumen .....	40
K.	Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV	.....	50
A.	Analisis Deskriptif .....	50
B.	Analisis Kuantitatif .....	64
C.	Pembahasan.....	69
BAB V	.....	75
A.	Kesimpulan .....	75
B.	Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA	.....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Skala Likert .....	40
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Relevance (X1).....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Interactivity</i> (X2).....	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Message</i> (X3) .....	42
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Familiarity</i> (X4).....	43
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Personal Relevance</i> .....	54
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden di Setiap Indikator <i>Personal Relevance</i>	55
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Interactivity</i> .....	56
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden di Setiap Indikator <i>Interactivity</i> .....	57
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Message</i> .....	58
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden di Setiap Indikator <i>Message</i> .....	59
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Familiarity</i> .....	60
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden di Setiap Indikator <i>Brand Familiarity</i> .	61
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.14 Hasil Tanggapan Responden di Setiap Indikator Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Dasar Keterlibatan Konsumen .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	32

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	81
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN .....	95
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS .....	101
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS .....	107
LAMPIRAN 5 REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN.....	110
LAMPIRAN 6 FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN.....	125
LAMPIRAN 7 UJI HIPOTESIS .....	133
LAMPIRAN 8 OBJEK PENELITIAN .....	136