

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>CO-BRANDING</i> DEAR ME BEAUTY DAN KFC	i
TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5. Kerangka Teori dan Konsep	13
1.5.1. <i>Advertising Exposure Process</i>	13
1.5.2. <i>Co-branding</i>	14
1.5.3. Minat Beli	18
1.6. Hipotesis	19
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. <i>Media Online</i>	20
2.2. Instagram.....	23
2.2.1. Fitur Instagram.....	25
2.2.2. Pengguna Instagram.....	27

2.3. <i>Co-Branding</i>	28
2.4. Minat Beli	35
2.4.1. Unsur-Unsur Minat Beli Konsumen	36
2.4.2. Tahap-tahap Minat Beli.....	36
2.4.3. Indikator Minat Beli.....	38
2.4.4. Proses Minat Beli	39
2.5. Penelitian Terdahulu	40
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Variabel Penelitian.....	46
3.2.1. Variabel Bebas (X).....	46
3.2.2. Variabel Terikat (Y).....	47
3.3. Definisi Konseptual	47
3.3.1. <i>Co Branding</i> sebagai Variabel Independen.....	47
3.3.2. Minat Beli sebagai Variabel Dependen	48
3.4. Definisi Operasional	48
3.5. Sumber Data.....	52
3.5.1. Data Primer	53
3.5.2. Data Sekunder	53
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.7. Populasi dan Sampel	55
3.7.1. Populasi	55
3.7.2. Sampel.....	55
3.8. Teknik Pengambilan Sampel	57
3.9. Uji Validitas dan Reabilitas	57
3.9.1. Uji Validitas	57
3.9.2. Uji Reabilitas.....	59
3.10. Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV	64
PEMBAHASAN	64
4.1. Deskripsi Perusahaan	64
4.1.1. Profil Dear Me Beauty	64
4.1.2. KFC	67

4.2. Karakteristik Responden	68
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	68
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	70
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa kali Melihat Post atau Story Kolaborasi Brand di Akun Instagram @dearmebeauty.....	71
4.3. Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel	72
4.3.1. Deskripsi Variabel X: <i>Co Branding</i>	72
4.3.1.1. Distribusi Frekuensi Indikator Variabel X.....	72
4.3.2. Hasil Analisis Variabel X: <i>Co Branding</i>	76
4.3.3. Deskripsi Variabel Y: Minat Beli	77
4.3.3.1. Distribusi Frekuensi Variabel Y	77
4.3.4. Hasil Analisis Variabel Y: Minat Beli	81
4.4. Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	82
4.5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	84
4.5.1. Uji t	84
4.5.2. Koefisien Determinasi (R square).....	85
4.6. Pembahasan	86
BAB V	92
PENUTUP	92
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98
IZIN PENELITIAN	98
LAMPIRAN	99
KUESIONER PENELITIAN	99
LAMPIRAN	103
IDENTITAS RESPONDEN	103
LAMPIRAN	108
DATA RESPONDEN VARIABEL X	108
LAMPIRAN	111
DATA RESPONDEN VARIABEL Y	111

LAMPIRAN.....	114
HASIL UJI KORELASI.....	114
LAMPIRAN.....	115
HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA	115