

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Tinjauan Pustaka.....	15
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	15
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	32
1.6 Hubungan Antar Variabel.....	42
1.7 Kerangka Pemikiran.....	46
1.8 Hipotesis.....	47
Model Hipotesis.....	48
1.9 Definisi Konsep, Operasional dan Indikator.....	48
1.9.1 Definisi Konsep.....	48
1.9.2 Definisi Operasional.....	49
1.10 Metode Penelitian.....	53
1.10.1 Tipe Penelitian.....	53
1.10.2 Objek Penelitian.....	53
1.10.3 Populasi dan Sampel.....	54
1.10.4 Sumber Data.....	57
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
1.10.7 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	59
1.10.8 Teknik Analisis Data.....	60

BAB II.....	66
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	66
3.1 Hasil Uji Instrumen.....	70
3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	71
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
3.2 Karakteristik Responden.....	73
3.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
3.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	75
3.3.1 Analisis Statistik Variabel Iklan.....	76
3.3.2 Analisis Statistik <i>Brand Awareness</i>	82
3.3.3 Analisis Statistik Variabel Minat Beli.....	88
3.4 Analisis Statistik Inferensial.....	94
3.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	94
3.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	98
3.4.3 Pengujian Hipotesis.....	100
3.5 Pembahasan.....	104
3.5.1 Pengaruh Iklan (X) terhadap <i>Brand Awareness</i> (Z).....	104
3.5.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (Z) terhadap Minat Beli (Y).....	105
3.5.3 Pengaruh Iklan (X) terhadap Minat Beli (Y).....	107
3.5.4 Pengaruh Iklan (X) terhadap Minat Beli (Y) melalui <i>Brand Awareness</i> (Z).....	108
4.1 Kesimpulan.....	109
4.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112