

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	13
1. Iklan ( <i>Advertising</i> ).....	13
2. Iklan Televisi.....	20
3. <i>Endorser</i> .....	25

4. <i>Brand Awareness</i> .....	29
5. <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	32
B. Hubungan Antar Variabel.....	35
C. PenelitianTerdahulu.....	38
D. Kerangka Konseptual .....	42
E. Hipotesis .....	42
<b>BAB III. METODOLOGIPENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
A. Jenis Penelitian .....	44
B. Objek Penelitian .....	44
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	44
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	46
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	47
F. Definisi Operasional Variabel .....	48
G. Skala dan Pengukuran Variabel.....	51
H. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
I. Teknik Analisis Data .....	55
<b>BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Analisis Deskriptif.....	60
1. Karakteristik Responden.....	60
2. Deskripsi Responden TerhadapVariabel Penelitian .....	63
B. Analisis Kuantitatif.....	69
1. Pengujian Inner Model atau Struktural Model .....	69
2. Pengujian Outer Model.....	71

3. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	73
C. Pembahasan .....	79
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Saat ini .....	40
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas item-item Variabel .....	53
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.1 Usia Responden.....	60
Tabel 4.2 Pendapatan Responden .....	61
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden dalam Melihat Iklan .....	62
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Iklan Televisi.....	64
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Endorser</i> .....	65
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	67
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	68
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings</i> .....	71
Tabel 4.9 Hasil Regresi Metode PLS .....	73
Tabel 4.10 Perbandingan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	76
Tabel 4.11 Perbandingan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	78
Tabel 4.12 Hasil R-Squared .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	30
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran .....	42
Gambar 4.1 Model Struktural .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Rekapitulasi Data 110 Responden.....	94
Lampiran 3 Frekuensi Karakteristik Responden.....	98
Lampiran 4 Frekuensi Variabel.....	99
Lampiran 5 Hasil Data Partial Least Square (PLS) .....	102