

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Minat Beli	13
2.1.2 Advertising	14

2.1.3 Brand Credibility	15
2.1.4 Brand Image.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.2.1 Operasional Variabel	44
3.2.2 Skala Pengukuran.....	49
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Data Primer	52
3.5.2 Data Sekunder	52
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	52
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Uji Realibilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Analisis Deskriptif	57

3.7.2 Analisis Structural Equation – Partial Least Square (SEM-PLS).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Pengumpulan Data	65
4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	66
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Analisis Deskriptif	67
4.2.1 Analisis PLS-SEM	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	113
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	124