

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>15</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
1.1.    Gambara Umum Objek Penelitian.....	15
1.1.1.    Profil Perusahaan .....	15
1.1.2.    Produk dan Layanan.....	16
1.1.3.    Strategi Umum Scarlett Whitening .....	18
1.2.    Latar Belakang .....	18
1.3.    Rumusan Masalah .....	31
1.4.    Tujuan Penelitian.....	32
1.5.    Manfaat Penelitian.....	32
1.5.1.    Kegunaan Teoritis .....	32
1.5.2.    Kegunaan Praktis .....	32
1.6.    Sistematika Penulisan.....	32
<b>BAB II .....</b>	<b>34</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>34</b>
2.1.    Landasan Teori .....	34
2.1.1.    Pemasaran (Marketing) .....	34
2.1.2.    Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	34
2.1.3.    Bauran Promosi (Promotion Mix).....	35
2.1.5.    Advertising.....	35
2.1.6.    Advertising Trust .....	36
2.1.7.    Brand.....	36
2.1.8.    Self-Brand Connection.....	36
2.1.9.    Perilaku Konsumen .....	37
2.1.10.    Image Satisfaction.....	38
2.1.11.    Purchase Intention.....	38

2.1.12. Hubungan antara Image satisfaction dan Advertising trust terhadap Self-brand connection .....	39
2.1.13. Hubungan antara Image Satisfaction dan Advertising trust terhadap Purchase Intention melalui Self-brand connection .....	40
2.2. Penelitian Terdahulu.....	40
2.2.1 Ulasan Penelitian Terdahulu .....	40
2.3. Kerangka Pemikiran .....	50
2.4. Hipotesis Penelitian .....	52
2.5. Ruang Lingkup Penelitian .....	52
<b>BAB III.....</b>	<b>54</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	54
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	54
3.2.1. Variabel Operasional.....	54
3.2.2. Skala Pengukuran.....	57
3.3. Tahap Penelitian .....	58
3.4. Populasi dan Sampel .....	58
3.4.1. Populasi .....	58
3.4.2. Sampel.....	59
3.5. Teknik Sampling .....	59
3.6. Pengumpulan Data .....	60
3.7. Uji Validitas & Reliabilitas .....	61
3.7.1. Uji Validitas .....	61
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	63
3.8. Metode Analisis Data .....	64
3.8.1. Teknik Analisis Deskriptif .....	64
3.8.2. Partial Least Square (PLS).....	65
3.9. Uji Hipotesis .....	68
3.10. Analisis Mediasi .....	68
<b>BAB 4 .....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	56
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	57
57	
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perbulan	
58	

4.2.	Hasil Penelitian.....	59
4.3.	Analisis Deskriptif.....	59
4.4.	Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS).....	69
4.4.1.	Analisis Outer Model.....	69
4.4.2.	Analisis Inner Model.....	73
4.4.3.	Uji Hipotesis .....	75
<b>BAB 5</b>	.....	<b>81</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>81</b>
5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Saran.....	83
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan.....	83
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>87</b>