

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	
xiii	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II Telaah Pustaka dan Pengembangan Model.....	9
2.1 Telaah Pustaka	9
2.1.1 Minat Beli.....	9
2.1.2 Daya Tarik Celebrity Endorser	13
2.1.3 Brand Attitude	15
2.2 Kerangka Penelitian Teoritis	17
2.3 Indikator Penelitian.....	18
2.3.1 Indikator Variabel Daya Tarik J-Rock	18
2.3.2 Indikator Variabel Brand Attitude IM3.....	19
2.3.2 Indikator Variabel Minat Beli IM3	20
BAB III Metode Penelitian.....	21

3.1	Definisi Variabel Operasional	21
3.2	Jenis dan Sumber Data	22
3.3	Populasi dan Sampel.....	23
3.4	Metode Pengumpulan Data	22
3.5	Teknik Analisis.....	25
3.5.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	25
3.5.2	Analisis Regresi Berganda	26
3.5.3	Koefisien Determinasi	27
3.5.4	Pengujian Hipotesis	27
BAB IV	Hasil dan Pembahasan.....	32
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	32
4.2	Statistika Deskriptif Variabel Dependen dan Independen.....	34
4.3	Uji Reliabilitas	41
4.4	Uji Validitas.....	41
4.5	Uji Asumsi Klasik	45
4.5.1	Uji Normalitas	45
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	46
4.5.3	Uji Multikolinearitas	47
4.6	Uji Hipotesis	48
4.3.1	Koefisien Determinasi	48
4.3.2	Uji F.....	50
4.3.3	Uji t.....	51
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.7.1	Hipotesis 1.....	52
4.7.2	Hipotesis 2.....	52
BAB V	Simpulan dan Implikasi Kebijakan	54
5.1	Ringkasan Penelitian	54
5.2	Kesimpulan Hipotesis.....	55
5.2.1	Pengaruh Daya Tarik J-Rock terhadap Minat Beli	

Produk IM3	55
5.2.2 Pengaruh Brand Attitude IM3 terhadap Minat Beli	
Produk IM3	56
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	57
5.4 Implikasi Manajerial.....	58
5.5 Implikasi Teoritis.....	61
5.6 Keterbatasan Penelitian	61
5.7 Agenda Penelitian Mendatang.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
DAFTAR LAMPIRAN	