

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Kredibilitas Sumber.....	11
2.1.2 Peran Tagline dalam Minat beli	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Landasan Konseptual Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.2 Hubungan Antar Variabel.....	20
2.3.3 Model Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	29
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6 Metode Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2 Uji Kualitas Data.....	51
4.3 Hasil Asumsi Structural Equation Modeling (SEM)	54
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.5 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Implikasi Penelitian	80
5.1 Keterbatasan Penelitian.....	84
5.2 Saran Agenda Penelitian Mendatang	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	91