

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Efektivitas Iklan.....	12
2.1.2 Word of Mouth (WOM) .....	13
2.1.3 Brand Awareness .....	16
2.1.4 Nilai Pelanggan.....	18
2.1.5 Minat Beli .....	19
2.2 Pengaruh Antar Variabel .....	20
2.2.1 Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	20

2.2.2 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Brand Awareness.....	21
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli.....	22
2.2.4 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli .....	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran .....	27
2.5 Hipotesis .....	28
2.6 Dimensionalisasi Variabel.....	29
2.6.1 Dimensionalisasi Variabel Efektivitas Iklan.....	29
2.6.2 Dimensionalisasi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	30
2.6.3 Dimensionalisasi Variabel Nilai Pelanggan .....	31
2.6.4 Dimensionalisasi Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	32
2.6.5 Dimensionalisasi Variabel Minat Beli .....	33
2.7 Hubungan antar Indikator.....	34
2.8 Kebijakan Perusahaan .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
3.1.1 Variabel Penelitian.....	37
3.1.1.1 Variabel <i>Exogen</i> (Independen).....	37
3.1.1.2 Variabel Mediasi (Intervening).....	38
3.1.1.3 Variabel <i>Endogen</i> (Dependen).....	38
3.1.2 Definisi Operasional .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5 Metode Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1 Deskripsi objek penelitian .....	56
4.1.1 Daerah Penyebaran Kuesioner.....	56
4.1.2 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3 Deskripsi Umum Berdasarkan Pendapatan/Pengeluaran per Bulan .....	58
4.2 Hasil Analisis .....	58

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	58
4.2.2 Analisis SEM .....	71
4.2.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	71
4.2.2.2 Analisis Full Model SEM .....	80
4.2.3 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	81
4.2.3.1 Uji Asumsi SEM .....	81
4.2.4 Pengujian Hipotesis .....	89
4.3 Proses Meningkatkan Minat Beli Berdasarkan Hasil Pengujian Hipotesis .	91
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Implikasi Teoritis .....	96
5.3 Keterbatasan .....	100
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	101
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	104