

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Pengesahan Tesis	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
MODEL	
2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 Minat Beli	11
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	13
2.1.3 Kredibilitas endorser	14
2.1.4 Efektifitas Pesan	15
2.1.5 Daya Tarik Cerita	18
2.2 Hubungan Antar Variabel	19
2.3 Rancangan Model Penelitian Empirik	27
2.4 Hipotesis	27
2.5 Dimensionalisasi Variabel	28

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	31
3.2	Jenis Penelitian	31
3.3	Jenis dan Sumber Data	32
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.5	Definisi Operasional Variabel	35
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.7	Metode Analisis Data	37
BAB IV	ANALISIS DATA	
4.1	Gambaran Umum Produk	47
4.2	Deskripsi Responden	49
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4.4	Deskripsi Variabel	55
4.5	Proses dan Hasil Analisis Data	66
4.6	Aanalisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen dan Endogen	69
4.7	Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	71
4.8	Pengujian Hipotesis Penelitian	79
4.9	Analisis Pengaruh	82
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1	Kesimpulan Pengujian Hipotesis	87
5.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	91
5.3	Implikasi Teoritis	93
5.4	Implikasi Manajerial	95
5.5	Keterbatasan Penelitian	97
5.6	Agenda Penelitian Mendatang	97

DAFTAR PUSTAKA