

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan Tesis.....	ii
Sertifikat.....	iii
Abstraksi .....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
Daftar Rumus .....	xix
Bab I : Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
Bab II : Telaah Pustaka dan Pengembangan Model .....	16
2.1 Penelitian Rujukan .....	16
2.1.1 Penelitian Mengenai Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap minat beli.....	13

2.1.2 Penelitian Mengenai <i>Consumer Decision Model</i> Terhadap Volume Penjualan .....	14
2.2 Telaah Pustaka .....	19
2.2.1 Efektifitas Iklan.....	19
2.2.2 Kreatifitas Iklan .....	22
2.2.3 Hubungan Antara Efektifitas Iklan dan Kreatifitas Iklan .....	28
2.2.4 Daya Tarik Iklan .....	30
2.2.5 Hubungan Antara Kreatifitas Iklan dan Daya Tarik Iklan.....	34
2.2.6 Hubungan Antara Daya Tarik Iklan dan Efektifitas Iklan .....	36
2.2.7 Citra Merek .....	38
2.2.6 Hubungan Antara Efektifitas Iklan dan Citra Merek.....	44
2.2.5 Minat Beli .....	46
2.2.6 Hubungan Antara Efektifitas Iklan dan Minat Beli .....	48
2.2.6 Hubungan Antara Citra Merek dan Minat Beli.....	51
2.3 Pengembangan Kerangka Berpikir Teoritis .....	52
2.3.1 Hipotesis .....	53
2.4 Indikator Variabel .....	53
2.4.1 Indikator Variabel Kreatifitas Iklan.....	53
2.4.2 Indikator Variabel Daya Tarik Iklan.....	54
2.4.3 Indikator Variabel Efektifitas Iklan .....	56
2.4.4 Indikator Variabel Citra Merek.....	57
2.4.5 Indikator Variabel Minat Beli .....	58

Bab III : Metode Penelitian.....	72
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	72
3.1.1 Teknik Pengambilan Data.....	72
3.1.2 Populasi dan Teknik Sampling .....	74
3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	76
3.2.1 Uji Validitas .....	77
3.2.2 Uji Reliabilitas .....	77
3.3 Teknik Analisis .....	78
Bab IV Analisis Data Dan Pengujian Hipótesis .....	87
4.1.    Proses Analisis Data .....	88
4.1.1    Deskripsi Persepsi Responden .....	88
4.1.1.1    Kreatifitas Iklan .....	89
4.1.1.2    Daya Tarik Iklan .....	91
4.1.1.3    Efektifitas Iklan.....	92
4.1.1.4    Citra Merek .....	94
4.1.1.5    Minat Beli .....	96
4.1.2    Deskripsi Modus Persepsi Responden .....	98
4.1.2.1    Kreatifitas Iklan .....	99
4.1.2.2    Daya Tarik Iklan .....	100
4.1.1.3    Efektifitas Iklan.....	100
4.1.1.4    Citra Merek .....	101

4.1.1.5 Minat Beli .....	103
4.2 Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian .....	104
4.2.1 Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	104
4.2.2 Langkah 2 : Menyusun Diagram Alur ( <i>Path Diagram</i> ).....	104
4.2.3 Langkah 3 : Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan .....	105
4.2.4 Langkah 4 : Matriks Input dan Teknik Estimasi.....	102
4.2.4.1. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen .....	107
4.2.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	110
4.2.4.4. Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	114
4.2.5 Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi .....	118
4.2.6 Langkah 6 : Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	118
4.2.6.1. Evaluasi <i>Univariate Outlier</i> .....	119
4.2.6.2. Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i> .....	121
4.2.6.3. Uji Normalitas Data .....	122
4.2.6.4. Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas .....	124
4.2.6.5. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik .....	124
4.2.7 Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Mode.....	125
4.3 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i> .....	127
4.3.1. Uji <i>Reliability</i> .....	127
4.3.2. <i>Variance Extract</i> .....	127
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	129

4.4.1. Uji Hipotesis I .....	130
4.4.2. Uji Hipotesis II .....	130
4.4.3. Uji Hipotesis III .....	131
4.4.4. Uji Hipotesis IV .....	131
4.4.5. Uji Hipotesis V .....	132
4.4.6. Uji Hipotesis VI.....	132
Bab V Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan.....	134
5.1 Ringkasan Penelitian.....	134
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian .....	137
5.2.1 Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Efektifitas Iklan .....	137
5.2.2 Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan .....	138
5.2.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektifitas Iklan .....	138
5.2.4 Pengaruh Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek .....	139
5.2.5 Pengaruh Efektifitas Iklan Terhadap Minat Beli .....	140
5.2.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	140
5.3 Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian.....	141
5.4 Implikasi Teoritis .....	144
5.5 Implikasi Manajerial .....	147
5.6 Keterbatasan Penelitian .....	158
5.7 Agenda Penelitian Mendatang.....	159

Daftar Referensi ..... 160

Lampiran

Daftar Riwayat hidup