

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Daftar Isi</b> .....	viii
<b>Daftar Gambar</b> .....	xi
<b>Daftar Tabel</b> .....	xiii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b> .....	10
2.1. Penelitian Rujukan .....	10
2.1. Penelitian Pengaruh Iklan Mengundang Tanya.....	10
2.2. Penelitian Pengaruh Preferensi Attitude Iklan.....	11
2.3. Penelitian Pengaruh Kesadaran Merek.....	12
2.4. Penelitian Pengaruh Preferensi Atribut Merek.....	13
2.5. Penelitian Pengaruh Loyalitas Merek.....	14
2.5b. Penelitian Pengaruh Loyalitas Merek .....	15
2.2. Pengertian Merek (Brand) .....	16
2.3. Komunikasi Pemasaran.....	18
2.4. Periklanan.....	19
2.5. Elemen Iklan.....	20
2.6. Format Pesan Iklan.....	21
2.7. Iklan Mengundang Tanya.....	23
2.8. Kesadaran Merek .....	26
2.9. Preferensi Attitude Iklan .....	29
2.10. Preferensi Atribut Merek.....	32

2.12	Loyalitas Merek.....	35
2.13	Iklan Mengundang Tanya dan Kesadaran Merek.....	38
2.14	Iklan Mengundang Tanya dan Preferensi Attitude Iklan .....	39
2.15	Kesadaran Merek dan Preferensi Atribut Merek .....	40
2.16	Preferensi Atribut Merek dan Loyalitas Merek.....	41
2.17	Preferensi Attitude Iklan dan Loyalitas Merek.....	41
2.18	Pengembangan Model.....	42
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1	Pendahuluan.....	44
3.2	Jenis dan Sumber data.....	44
3.3	Populasi dan Sampel.....	45
3.4	Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6	Uji Validitas.....	52
3.7	Uji Reliabilitas .....	54
3.8	Uji Normalitas.....	54
3.9	Teknik Analisis Data.....	55
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1	Pendahuluan .....	67
4.2	Deskripsi Responden .....	67
4.3	Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM (150 Responden) .....	69
4.4	Evaluasi Outliers .....	70
	4.4.1 Evaluasi <i>Outliers Univariat</i> (150 Responden) .....	70
	4.4.2 Evaluasi Outliers Multivariate (150 Responden) .....	71
4.5	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas (150 Responden) .....	71
4.6	Analisis Faktor Konfirmatori untuk 150 Responden.....	72
4.7	Uji Reliabilitas dan Variance Extract .....	99
	4.7.1 Uji Reliabilitas Konstruksi .....	99
	4.7.2 Variance Extract .....	100
4.8	Tahap Interpretasi dan Modifikasi Model .....	102
4.9	Modifikasi Indeks 150 Responden .....	103
4.10	Membandingkan Sebelum dan Sesudah Modification Index .....	113

4.11	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan .....	115
4.12	Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM (147 Responden) .....	117
4.13	Evaluasi Outliers .....	118
4.13.1	Evaluasi <i>Outliers Univariat</i> (147 Responden) .....	118
4.13.2	Evaluasi Outliers Multivariate (147 Responden) .....	119
4.14	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas (147 Responden) .....	120
4.15	Analisis Faktor Konfirmatori untuk 147 Responden.....	120
4.16	Uji Reliabilitas dan Variance Extract .....	146
4.16.1	Uji Reliabilitas Konstruksi .....	147
4.16.2	Variance Extract .....	147
4.17	Tahap Interpretasi dan Modifikasi Model .....	149
4.18	Modifikasi Indeks 147 Responden .....	150
4.19	Membandingkan Sebelum dan Sesudah Modification Index .....	160
4.20	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan .....	162
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN .....</b>	<b>165</b>
5.1	Ringkasan Penelitian .....	165
5.2	Kesimpulan dan Hipotesis Penelitian .....	168
5.2.1	Pengaruh Iklan Mengundang Tanya Terhadap Kesadaran Merek ..	168
5.2.2	Pengaruh Iklan Mengundang Tanya Terhadap Preferensi Attitude Iklan .....	169
5.2.3	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Preferensi Atribut Merek	170
5.3.4	Pengaruh Preferensi Atribut Merek Terhadap Loyalitas Merek ...	171
5.3.5	Pengaruh Preferensi Attitude Iklan Terhadap Loyalitas Merek ...	172
5.3	Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian .....	173
5.4	Implikasi Teoritis .....	176
5.5	Implikasi Manajerial .....	179
5.6	Keterbatasan Penelitian .....	187
5.7	Agenda Penelitian Mendatang .....	187
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>189</b>