

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fenomena Bisnis.....	11
1.3 Sajian Masalah.....	13
1.4 Sistematika penulisan	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Self-Congruence Theory.....	16
2.2 Variabel Penelitian dan Pengaruh Antar Variabel	20
2.2.1 Purchase Intention	20
2.2.2 Kredibilitas <i>Endorser</i>	21
2.2.3 <i>Brand Credibility</i>	30
2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....	33
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1 Definisi Operasional	36
3.2 Jenis dan Sumber Data	39