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 *Brand Awareness* 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 Operasinal 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 *Structural Equation Modelling (SEM)* 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