

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	20
1.3.1 Tujuan Penelitian	20
1.3.2 Manfaat Penelitian	21
1.4 Sistematika Penulisan	22
BAB II TELAAH PUSTAKA	47
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	47
2.1.1 Teori Kredibilitas Sumber	47
2.1.2 Dukungan Selebriti	50
2.1.3 Kesadaran Merek	53
2.1.4 Minat Beli	55
2.1.5 Pengalaman Pelanggan	56
2.1.6 Keterlibatan Pelanggan	60
2.1.7 Penelitian Terdahulu	62
2.2 Hubungan Antar Variabel	66
2.2.1 Hubungan antara Dukungan Selebriti dengan Kesadaran Merek	66
2.2.2 Hubungan antara Pengalaman Pelanggan dengan Kesadaran Merek	67
2.2.3 Hubungan antara Keterlibatan Pelanggan dengan Kesadaran Merek	68
2.2.4 Hubungan antara Kesadaran Merek dengan Minat Beli	69

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	70
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	47
3.2 Populasi dan Sampel.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	54
3.3.1 Data Primer	54
3.3.2 Data Sekunder	54
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Studi Pustaka.....	55
3.4.2 Kuesioner	55
3.5 Metode Analisis Data	56
3.5.1 Uji Instrumen Data	57
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	62
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
4.2 Analisis Data.....	72
4.2.1 Uji Instrumen Data	72
4.3 Interpretasi Hasil	92
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Implikasi Manajerial	100
5.3 Keterbatasan Penelitian	103
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	111