

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| LEMBAR ORISINALITAS | v |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 14 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 15 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 16 |

| | |
|--|----|
| 2.1 Teori Pendukung..... | 16 |
| 2.1.1 Citra Merek | 17 |
| 2.1.2 Kesadaran Merek | 22 |
| 2.1.3 Strategi Promosi | 26 |
| 2.1.4 Niat Membeli Konsumen | 31 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian..... | 35 |
| 2.2 Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis | 41 |
| 2.2.1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian | 41 |
| 2.2.2. Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian | 43 |
| 2.2.3. Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian | 44 |
| 2.2.4. Pengaruh citra merek terhadap niat beli..... | 46 |
| 2.2.5. Pengaruh kesadaran merek terhadap niat beli | 47 |
| 2.2.6. Pengaruh strategi promosi terhadap niat beli | 48 |
| 2.2.7. Pengaruh niat membeli konsumen terhadap keputusan pembelian..... | 49 |
| 2.2.8. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui niat beli | 51 |
| 2.2.9. Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian melalui niat beli..... | 52 |
| 2.2.10. Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian melalui niat beli..... | 54 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian | 56 |

| | |
|--|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 58 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian..... | 58 |
| 3.2 Desain Penelitian | 59 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 59 |
| 3.4 Pengembangan Instrumen..... | 62 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 66 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 67 |
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 74 |
| 4.1 Deskripsi Data | 74 |
| 4.1.1 Profil Responden | 74 |
| 4.1.2 Profil Data | 78 |
| 4.2 Hasil..... | 88 |
| 4.2.1 Uji Model Pengukuran (Outer Model) | 88 |
| 4.2.2 Uji Model Struktural (Inner Model)..... | 95 |
| 4.2.3 Uji Hipotesis..... | 97 |
| 4.3 Pembahasan | 101 |
| BAB V PENUTUP..... | 113 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 113 |
| 5.2 Implikasi | 115 |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis | 115 |

| | |
|--|-----|
| 5.2.2 Implikasi Praktis..... | 116 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 120 |
| 5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 122 |
| LAMPIRAN..... | 134 |



DAFTAR GAMBAR

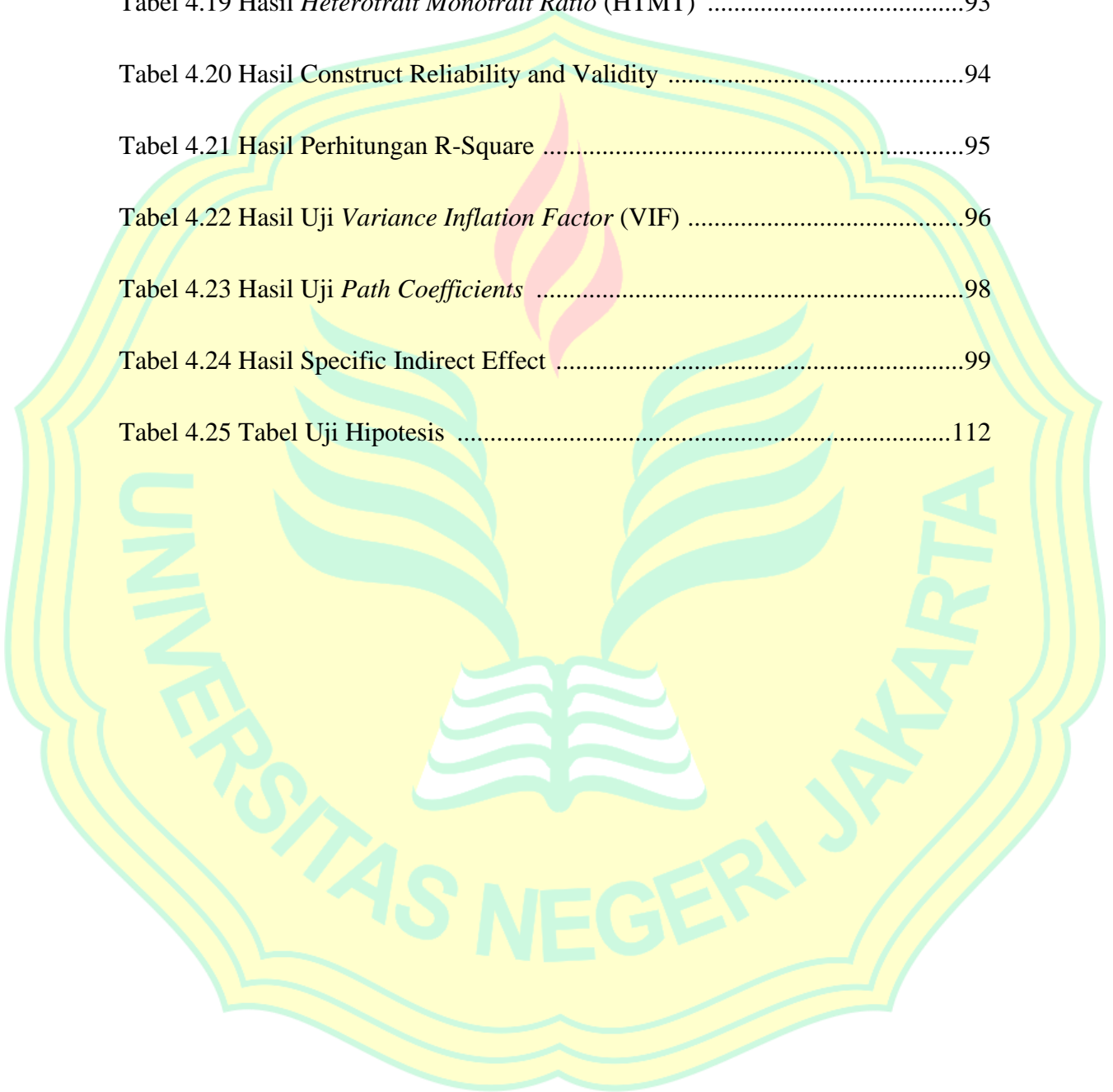
| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Nilai Belanja Iklan Global Berdasarkan Jenis Media | 3 |
| Gambar 1.2 Evolusi Iklan Digital | 4 |
| Gambar 1.3 Videotron Boyband BTS menjadi Brand Ambassador Tokopedia | 10 |
| Gambar 1.4 Hasil pra-riset pengaruh iklan videotron..... | 11 |
| Gambar 2.1 Kerangka Teori..... | 56 |
| Gambar 4.1 Hasil outer loading setelah perhitungan..... | 91 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu | 40 |
| Tabel 3.1 Instrumen Indikator | 62 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 74 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia | 75 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 75 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan | 76 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili | 77 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan | 77 |
| Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek | 78 |
| Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek | 79 |
| Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek | 80 |
| Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek | 81 |
| Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Strategi Promosi | 82 |
| Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Strategi Promosi | 83 |
| Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli | 84 |
| Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli | 85 |
| Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 86 |
| Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 87 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.17 Hasil Outer Loading | 89 |
| Tabel 4.18 Hasil Discriminant Validity Cross Loading | 92 |
| Tabel 4.19 Hasil <i>Heterotrait Monotrait Ratio</i> (HTMT) | 93 |
| Tabel 4.20 Hasil Construct Reliability and Validity | 94 |
| Tabel 4.21 Hasil Perhitungan R-Square | 95 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) | 96 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i> | 98 |
| Tabel 4.24 Hasil Specific Indirect Effect | 99 |
| Tabel 4.25 Tabel Uji Hipotesis | 112 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 134 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner | 143 |
| Lampiran 3 Lembar Perbaikan Skripsi | 147 |
| Lampiran 4 Lembar Konsultasi..... | 148 |
| Lampiran 5 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi..... | 149 |
| Lampiran 6 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing | 150 |
| Lampiran 7 Hasil Turnitin..... | 151 |
| Lampiran 8 Riwayat Penulis | 152 |

