

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Niat Mengunjungi.....	15
2.3 Persepsi .....	16
2.4 Sikap .....	18
2.5 Promosi .....	20
2.5.1 Iklan .....	20
2.5.2 Media Promosi .....	21
2.5.2.1 Media Konvensional .....	22
2.5.2.2 Media Digital.....	24
2.6 Kesadaran Merek .....	26
2.7 Pengembangan Hipotesis .....	28
2.7.1 Pengaruh Iklan pada Niat Mengunjungi .....	28



2.7.2 Pengaruh Iklan pada Kesadaran Merek .....	28
2.7.3 Pengaruh Kesadaran Merek pada Niat Mengunjungi .....	29
2.8 Model Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian .....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.3 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.4 Ukuran Sampel.....	33
3.5 Instrumen Penelitian .....	33
3.6 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	34
3.6.1 Variabel Iklan.....	34
3.6.2 Variabel Kesadaran Merek .....	35
3.6.3 Variabel Niat Mengunjungi .....	36
3.6.4 Skala Pengukuran.....	37
3.7 Uji Instrumen .....	38
3.7.1 Uji Validitas .....	38
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.8 Uji Hipotesis .....	41
3.9 Metode Analisis Data.....	42
3.10 Analisis Statistik Deskriptif .....	42
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Profil Responden.....	45
4.2 Hasil Uji Validitas.....	47
4.2.1 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	47
4.2.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	48
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
4.5 Analisis Model Struktural dan Uji Hipotesis .....	53
4.6 Pembahasan Hipotesis .....	55
4.6.1 Hipotesis 1: Iklan berpengaruh positif pada niat mengunjungi .....	55
4.6.2 Hipotesis 2: Iklan berpengaruh positif pada kesadaran merek .....	57



4.6.3 Hipotesis 3: Kesadaran merek berpengaruh positif pada niat mengunjungi .....	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Simpulan .....	60
5.2 Implikasi Manajerial .....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	71



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Keterangan Pengukuran Skala Likert.....	37
Tabel 3.2. <i>Loading Factor</i> .....	38
Tabel 3.3. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	39
Tabel 3.4. <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	40
Tabel 3.5. Penjelasan Nilai Rata-Rata.....	43
Tabel 4.1. Profil Responden.....	45
Tabel 4.2. Nilai <i>Outer Loading</i> .....	47
Tabel 4.3. <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	48
Tabel 4.4. Nilai <i>Cross-Loading</i> .....	49
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Iklan.....	51
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	51
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Niat Mengunjungi.....	51
Tabel 4.9. Hasil Uji Model Struktural.....	53
Tabel 4.10. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah <i>event</i> dan <i>event</i> terbanyak di DKI Jakarta selama periode tahun 2017 – 2019 .....	1
Gambar 1.2 Tiga Penyumbang Besar dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	2
Gambar 1.3 Jumlah pengunjung pameran Adiwastra Nusantara selama 4 tahun (2015 – 2019).....	4
Gambar 1.4 Jumlah peserta pameran Adiwastra Nusantara selama 4 tahun (2015 – 2019).....	5
Gambar 1.5 Jumlah pengunjung pameran Adiwastra Nusantara secara keseluruhan selama 4 tahun (2015 – 2019) .....	6
Gambar 1.6 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi Tahun 2020.....	7
Gambar 1.7 Ketertarikan responden untuk mengunjungi pameran Adiwastra Nusantara.....	9
Gambar 1.8 Alasan responden.....	9
Gambar 1.9 Ketertarikan generasi muda pada pameran kerajinan tangan .....	10
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen .....	14
Gambar 2.2 Model Pemrosesan Informasi dan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
Gambar 2.3 Komponen dan Manifestasi Sikap.....	18
Gambar 2.4 Konsistensi Komponen Sikap.....	19
Gambar 2.5 Media konvensional pameran Adiwastra Nusantara .....	23
Gambar 2.6 Media digital pameran Adiwastra Nusantara .....	25
Gambar 2.7 Model Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Hasil Pada Model Penelitian.....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner .....	71
Lampiran 2: Karakteristik Responden.....	77
Lampiran 3: Statistik Deskriptif .....	79
Lampiran 4: Model Penelitian .....	80
Lampiran 5: Uji Validitas Konvergen .....	80
Lampiran 6: Uji Validitas Diskriminan .....	81
Lampiran 7: Uji Reliabilitas .....	82
Lampiran 8: R-Square .....	82
Lampiran 9: Model FIT .....	82
Lampiran 10: Uji Hipotesis .....	82