

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Lingkup Penelitian.....	10
BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Teori Komunikasi Aliran Dua Tahap .....	12
2.2 Teori Pembelajaran Observasional.....	13
2.3 Teori Ketergantungan Media.....	15
2.4 Pengaruh Dirasakan.....	16
2.5 Pelibatan Konsumen Dalam Konsep Diri.....	17
2.6 Nilai Merek Diharapkan .....	17
2.7 Niat Beli pada Merek Direkomendasikan .....	18
2.8 Dampak Pengaruh Dirasakan Pada Pelibatan Konsumen Dalam Konsep Diri.....	19
2.9 Dampak Pengaruh Dirasakan Pada Nilai Merek Diharapkan .....	22
2.10 Dampak Pengaruh Dirasakan Pada Niat Beli Pada Merek Direkomendasikan .....	24
2.11 Dampak Pelibatan Konsumen Dalam Konsep Diri Pada Nilai Merek Diharapkan.....	26
2.12 Dampak Pelibatan Konsumen Dalam Konsep Diri Pada Niat Beli Pada Merek Direkomendasikan.....	28
2.13 Dampak Nilai Merek Diharapkan Pada Niat Beli Pada Merek Direkomendasikan .....	30
2.14 Model Penelitian.....	33

<b>BAB III: METODE RISET</b>	<b>36</b>
3.1 Pendekatan Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	36
3.2.1 Pengaruh Dirasakan	36
3.2.2 Pelibatan Konsumen Dalam Konsep Diri	37
3.2.3 Nilai Merek Diharapkan	38
3.2.4 Niat Beli Pada Merek Direkomendasikan	38
3.2.5 Skala Pengukuran	39
3.3 Desain Pengambilan Sampel	39
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	39
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	39
3.3.3 Ukuran Sampel	40
3.3.4 Daerah Sebaran Kuesioner	40
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner	40
3.5 Profil Responden	41
3.6 Objek Penelitian	43
3.7 Metode Pengumpulan Data	45
3.8 Instrumen Penelitian	45
3.9 Metode Analisis Data	46
3.9.1 Evaluasi Model Pengukuran	47
3.9.2 Evaluasi Model Struktural	49
3.9.3 Model Fit (Goodness of Fit)	49
3.9.4 Uji Hipotesis	50
<b>BAB IV: ANALISIS DATA</b>	<b>51</b>
4.1 Kualitas Data Penelitian	51
4.1.1 Statistik Deskriptif	51
4.1.2 Matriks Korelasi	52
4.2 Evaluasi Model Pengukuran	53
4.2.1 Uji Validitas Konvergen	53
4.2.2 Uji Validitas Diskriminan	54
4.2.3 Uji Reliabilitas	55
4.3 Evaluasi Model Struktural	56
4.3.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	56
4.3.2 Effect Size ( $f^2$ )	57
4.4 Uji Kecocokan Model (Goodness of Fit Model)	60
4.5 Koefisien Jalur	61

4.6	Uji Hipotesis .....	62
4.6.1	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 1 .....	63
4.6.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 2 .....	66
4.6.3	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 3 .....	69
4.6.4	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 4 .....	72
4.6.5	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 5 .....	75
4.6.6	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 6 .....	79
4.7	Ringkasan Uji Hipotesis .....	82
BAB V: KESIMPULAN.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Implikasi Manajerial.....	89
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	91
5.4	Arahan Penelitian Mendatang .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....		93
DAFTAR LAMPIRAN.....		103