

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	15
PENDAHULUAN.....	15
1.1. Gambara Umum Objek Penelitian.....	15
1.1.1. Profil Perusahaan	15
1.1.2. Produk dan Layanan.....	16
1.1.3. Strategi Umum Scarlett Whitening	18
1.2. Latar Belakang	18
1.3. Rumusan Masalah	31
1.4. Tujuan Penelitian.....	32
1.5. Manfaat Penelitian.....	32
1.5.1. Kegunaan Teoritis	32
1.5.2. Kegunaan Praktis	32
1.6. Sistematika Penulisan.....	32
BAB II	34
TINJAUAN PUSTAKA	34
2.1. Landasan Teori	34
2.1.1. Pemasaran (Marketing)	34
2.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	34
2.1.3. Bauran Promosi (Promotion Mix).....	35
2.1.5. Advertising.....	35
2.1.6. Advertising Trust	36
2.1.7. Brand.....	36
2.1.8. Self-Brand Connection.....	36
2.1.9. Perilaku Konsumen	37
2.1.10. Image Satisfaction.....	38
2.1.11. Purchase Intention.....	38

2.1.12. Hubungan antara Image satisfaction dan Advertising trust terhadap Self-brand connection	39
2.1.13. Hubungan antara Image Satisfaction dan Advertising trust terhadap Purchase Intention melalui Self-brand connection	40
2.2. Penelitian Terdahulu.....	40
2.2.1 Ulasan Penelitian Terdahulu	40
2.3. Kerangka Pemikiran	50
2.4. Hipotesis Penelitian	52
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN	54
3.1. Jenis Penelitian	54
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	54
3.2.1. Variabel Operasional.....	54
3.2.2. Skala Pengukuran.....	57
3.3. Tahap Penelitian	58
3.4. Populasi dan Sampel	58
3.4.1. Populasi.....	58
3.4.2. Sampel.....	59
3.5. Teknik Sampling	59
3.6. Pengumpulan Data	60
3.7. Uji Validitas & Reliabilitas	61
3.7.1. Uji Validitas	61
3.7.2. Uji Reliabilitas	63
3.8. Metode Analisis Data	64
3.8.1. Teknik Analisis Deskriptif	64
3.8.2. Partial Least Square (PLS).....	65
3.9. Uji Hipotesis	68
3.10. Analisis Mediasi	68
BAB 4	56
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	56
4.1. Karakteristik Responden	56
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
57	
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perbulan	
58	

4.2.	Hasil Penelitian.....	59
4.3.	Analisis Deskriptif.....	59
4.4.	Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS).....	69
4.4.1.	Analisis Outer Model.....	69
4.4.2.	Analisis Inner Model.....	73
4.4.3.	Uji Hipotesis	75
BAB 5	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Saran.....	83
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan.....	83
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87