

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	1
DAFTAR GAMBAR	3
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Praktis	11
1.4.2 Kegunaan Akademis	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
1.5.1 Lokasi Penelitian	12
1.5.2 Waktu Penelitian	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11

2.1	KAJIAN PUSTAKA	11
2.1.1	Definisi Visual Storytelling	11
2.1.1.1	Tipe – Tipe Konten Visual Storytelling	12
2.1.1.2	Indikator Visual Storytelling	14
2.1.2	Definisi Kepercayaan Merek (Brand Trust)	18
2.1.2.1	Faktor – Faktor Kepercayaan Merek (Brand Trust)	19
2.1.2.2	Indikator Kepercayaan Merek (Brand Trust)	19
2.1.3	Definisi Minat Beli	22
2.1.3.1	Faktor – Faktor Minat Beli	23
2.1.3.2	Indikator Minat Beli	24
2.1.4	Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.2	Kerangka Pemikiran	28
2.2.1	Hubungan Visual Storytelling Terhadap Minat Beli iiiii	29
2.2.2	Hubungan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Minat Beli	29
2.2.3	Hubungan Visual Storytelling dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Minat Beli	30
2.3	Hipotesis	32
BAB 3	METODELOGI PENELITIAN	69
3.1	Objek Penelitian	69
3.2	Metode Penelitian	69
3.2.1	Desain Penelitian	71
3.2.2	Operasional Variabel Penelitian	73
3.3	Sumber dan Teknik Pembuatan Data	77
3.3.1	Sumber Data	77

3.3.2	Teknik Penentuan Data	78
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	78
3.4	Teknik Pengumpulan Data	80
3.4.1	Uji Validitas	81
3.4.2	Uji Reabilitas	85
3.4.3	Uji MSI	88
3.4.4	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	89
3.4.4.1	Rancangan Analisis	89
3.4.4.2	Analisis Deskriptif (Kualitatif)	90
3.4.4.3	Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	91
3.4.5	Pengujian Hipotesis	98
3.5	Penarikan Kesimpulan	102
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	69
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	69
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	70
4.1.3	Job Description	71
4.2	Karakteristik Responden	74
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	74
4.2.2	Usia Responden	75
4.2.3	Pekerjaan Responden	76
4.2.4	Pengeluaran Responden	78
4.3	Analisis Deskriptif	79
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Visual Storytelling	79
4.3.2	Gambaran Mengenai Variabel Kepercayaan Merek	93

4.3.3	Gambaran Mengenai Variabel Minat Beli	106
4.4	Analisis Verifikatif	119
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	119
4.4.1.1	Uji Normalitas	119
4.4.1.2	Uji Multikolinearitas	120
4.4.1.3	Uji Heteroskedastisitas	121
4.4.2	Analisis Koefisien Regresi Linear Berganda	123
4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi	125
4.4.4	Uji Koefisien Determinasi	128
4.4.4.1	Uji Koefisien Determinasi Parsial	128
4.4.4.2	Uji Koefisien Determinasi Simultan	129
4.4.5	Pengujian Hipotesis	130
4.4.5.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial	130
4.4.5.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan	135
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1	Kesimpulan	138
5.2	Saran	139
	Daftar Pustaka	142