

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Deskripsi Teori	13
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	13
2. <i>Co-Branding</i>	14
3. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	22
4. <i>E-WOM (Electronic Word of Mouth)</i>	26
5. <i>Purchase Intention</i>	26
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis dan Pendekatan	52
B. Setting Penelitian.....	52
C. Populasi dan Sampel.....	52
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	55
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	55
F. Teknik Pengumpulan Data	61
G. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
1. Sejarah Singkat Aerostreet	66
2. Profil Aerostreet	67

3. Visi dan Misi PT Adco Pakis Mas	67
B. Gambaran Umum Responden	68
1. Jenis Kelamin	68
2. Usia	68
3. Pekerjaan	68
C. Deskripsi Data Penelitian	69
1. Variabel <i>Co-Branding</i> (X1).....	69
2. Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	69
3. Variabel <i>E-WOM</i> (X3).....	71
4. Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	72
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
1. Uji Validitas Instrumen	74
2. Uji Reliabilitas Instrumen	75
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Multikolinearitas	75
2. Uji Normalitas	77
3. Uji Heteroskedastisitas	76
F. Hasil Analisis Data	78
1. Analisis Regresi Linier Berganda	78
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	80
G. Pembahasan Hasil Penelitian	81
1. Pengaruh <i>Co-Branding</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Sepatu Merek Aerostreet pada Remaja di Kabupaten Kudus	81
2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Sepatu Merek Aerostreet pada Remaja di Kabupaten Kudus	81
3. Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Sepatu Merek Aerostreet pada Remaja di Kabupaten Kudus	82
BAB V PENUTUP	85
A. Simpulan.....	85
B. Keterbatasan Penelitian	85
C. Saran.....	86
D. Penutup.....	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1	Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin di Kabupaten Kudus Tahun 2022	54
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 3. 3	Uji Validitas Non Responden	59
Tabel 3. 4	Uji Reliabilitas Non Responden	60
Tabel 3. 5	Penetapan Skor Jawaban Angket Skala Likert	62
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4	Frekuensi <i>Co-Branding</i> (X1)	69
Tabel 4. 5	Frekuensi <i>Brand Trust</i> (X2)	71
Tabel 4. 6	Frekuensi E-WOM (X3)	71
Tabel 4. 7	Frekuensi <i>Purchase Intention</i> (Y)	73
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 10	Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4. 12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	80
Tabel 4. 14	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Survei Negara Produsen Alas Kaki Terbesar di Dunia Tahun 2016-2021	1
Gambar 1. 2	Produk Domestik Bruto (PDB) Industri Alas Kaki, Kulit, dan Produk dari Kulit (Q2/2020-Q2/2022)	2
Gambar 1. 3	Penghargaan Shopee Award 2021	4
Gambar 1. 4	Co-branding Sepatu Aerostreet x Tango.....	4
Gambar 1. 5	Grafik Minat Sepatu Aerostreet Selama 12 Bulan Terakhir	9
Gambar 2. 1	Kerangka Berpikir	49
Gambar 3. 1	Ukuran Sepatu yang Diproduksi Aerostreet	53
Gambar 4. 1	Logo Aerostreet.....	67
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)	76
Gambar 4. 3	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	77
Gambar 4. 4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	78

