

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERSETUJUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Sharena Gunawan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Aspek Teoritis	10
1.5.2 Aspek Praktis.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	12

2.1.2.1 Iklan (<i>Advertising</i>)	13
2.1.3 <i>Celebrity Endorsement</i>	13
2.1.4 <i>Consumer Decision Making Process</i>	16
2.1.5 MinatBeli	17
2.1.6 Instagram	18
2.2 PenelitianTerdahulu	20
2.2.1 Skripsi.....	20
2.2.2 JurnalNasional	22
2.2.3 JurnalInternasional.....	23
2.3 KerangkaPemikiran.....	24
2.4 HipotesisPenelitian	25
2.5 RuangLingkupPenelitian.....	27
2.5.1 VariabeldanSubvariabel.....	27
2.5.2 LokasidanObjekPenelitian.....	28
2.5.3 WaktudanPeriodePenelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 JenisPenelitian	29
3.2 VariabelOperasional	30
3.2.1 VariabelPenelitian	30
3.2.2 OperasionalVariabel.....	31
3.3 TahapanPenelitian.....	33
3.4 PopulasidanSampel.....	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 TeknikPengumpulan Data.....	35
3.6 Jenis Data.....	36
3.6.1 SkalaPengukuran.....	36
3.7 TeknikAnalisis Data danPengujianAnalisis	37

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	37
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	42
3.7.3 Method of Successive Interval (MSI)	43
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.7.5 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	46
3.7.7 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Karakteristik Responden.....	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Menggunakan Instagram	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	55
4.2.1.1 Tanggapan Responden <i>Visibility</i>	56
4.2.1.2 Tanggapan Responden <i>Credibility</i>	57
4.2.1.3 Tanggapan Responden <i>Attraction</i>	59
4.2.1.4 Tanggapan Responden <i>Power</i>	60
4.2.1.5 Tanggapan Responden Minat Beli	62
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	63
4.2.2.1 Uji Multikolinieritas.....	64
4.2.2.2 Uji Autokorelasi	65
4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas	66
4.2.2.4 Uji Normalitas Data	67
4.2.3 Analisis Regresi Berganda	68
4.2.4 Koefisien Determinasi.....	70
4.2.5 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan.....	71
4.2.6 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial	73

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	77
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sharena Gunawan.....	1
Gambar 2.1 <i>Five step Consumer Decision Making Process</i>	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	33
Gambar 3.2 Garis Kontinum	43
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	52
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Menggunakan Instagram	54
Gambar 4.5 Garis Kontinum Sub-Variabel <i>Visibility</i>	57
Gambar 4.6 Garis Kontinum Sub-Variabel <i>Credibility</i>	59
Gambar 4.7 Garis Kontinum Sub-Variabel <i>Attraction</i>	60
Gambar 4.8 Garis Kontinum Sub-Variabel <i>Power</i>	61
Gambar 4.9 Garis Kontinum Sub-Variabel Minat Beli	63
Gambar 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	66
Gambar 4.11 Diagram Normal P-Plots	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 DaftarPeningkatanPenggunaInstagram.....	4
Tabel 1.2 Nominasi <i>Celebriti Endorsement</i>	7
Tabel 2.1Skripsi	20
Tabel 2.2 JurnalNasional.....	22
Tabel 2.3 JurnalInternasional.....	23
Tabel 3.1 OperasionalVariabel.....	31
Tabel 3.2 PengukuranKuesioner	37
Tabel 3.3 UjiValiditasVariabel <i>Celebrity Endorsement (X)</i>	39
Tabel 3.4 UjiValiditasVariabelMinatBeli (Y)	40
Tabel3.5 UjiRealibilitasVariabel X dan Y	41
Tabel3.6 KlasifikasiKriteriaPenilaianPersentase	43
Tabel3.7 Skema Output ANOVA	48
Tabel4.1 KriteriaSkorTanggapan.....	55
Tabel4.2 TanggapanRespondenTerhadap Sub-Variabel <i>Visibility</i>	56
Tabel4.3 TanggapanRespondenTerhadap Sub-Variabel <i>Credibility</i>	57
Tabel4.4 TanggapanRespondenTerhadap Sub-Variabel <i>Attraction</i>	58
Tabel4.5 TanggapanRespondenTerhadap Sub-Variabel <i>Power</i>	60
Tabel4.6 TanggapanRespondenTerhadap Sub-VariabelMinatBeli	62
Tabel4.7 HasilUjiMultikolinieritas	64
Tabel4.8 HasilUjiAutokorelasi	65
Tabel4.9 HasilUjiNormalitasdenganMetodeKolmogrov Smirnov	68
Tabel 4.10HasilAnalisisRegresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.11 HasilKoefisienDeterminasi	71
Tabel 4.12 HasilUji F.....	72
Tabel 4.13 HasilUji t.....	74

