

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN AKADEMIS	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	14
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.6.1 Aspek Teoritis (Keilmuan).....	15
1.6.2 Aspek Praktis (Guna Laksana).....	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	15
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	16

1.8	Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II.....		17
TINJAUAN PUSTAKA		17
2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1	Pemasaran	17
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4	Periklanan.....	21
2.1.5	<i>Celebrity endorser</i>	23
2.1.6	Perilaku Konsumen	25
2.1.7	Minat Beli	26
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Pemikiran.....	32
2.4	Hipotesis Penelitian	34
2.5.	Ruang lingkup penelitian	34
BAB III		35
METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Karakteristik Penelitian.....	35
3.2	Alat Pengumpulan Data	36
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel.....	42
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	44

3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
3.6.1	Uji Validitas	44
3.6.2	Uji Reliabilitas	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	48
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8	Pengujian Hipotesis.....	52
3.8.1	Uji-F (Uji Hipotesis Simultan).....	52
3.8.2	Uji-t (Uji Hipotesis Parsial)	54
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	56
BAB IV		58
4.1	Karakteristik Responden	58
4.1.1	Umur Responden.....	58
4.1.2	Besar Pengeluaran Responden untuk Belanja <i>Online</i>	59
4.1.3	Pekerjaan Responden	59
4.2	Hasil Penelitian	60
4.3.1	Variabel <i>Celebrity endorser</i> (X)	60
4.3.2	Variabel Minat Beli (Y)	66
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.3.1	Uji Normalitas	67
4.3.3.2	Uji Heteroskedastisitas	68
4.3.3.3	Uji Multikolinieritas	69

4.3	Persamaan Regresi Linier Berganda	70
4.5	Pengujian Hipotesis.....	73
4.5.1	Koefisien Determinasi.....	73
4.5.2	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	75
4.5.3	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t).....	76
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.6.1	<i>Celebrity endorser</i> dan Minat Pembelian	80
4.6.2	Hasil Pengujian Hipotesis	81
4.6.3	Pengaruh <i>Celebrity endorser</i> terhadap Minat Pembelian	82
BAB V		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2.	Saran.....	85
5.2.1	Saran untuk perusahaan.....	85
5.2.2	Saran untuk penelitian selanjutnya.....	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		93