

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Profil Produk.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Teoritis	16
1.5.2 Manfaat praktis	16
1.6 Tabel Kegiatan Penelitian	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	19
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	19

2.1.2 Iklan	19
2.1.3 Instagram	21
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i> dalam Instagram.....	21
2.1.5 Peran <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.1.6 Kredibilitas <i>Endorser</i>	23
2.1.7 Minat Beli	25
2.1.7.1 Indikator Minat Beli	26
2.1.8 Hubungan Selebgram dan Minat Beli	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.2.1 Skripsi.....	27
2.2.2 Jurnal Internasional.....	31
2.2.3 Jurnal Nasional	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis Penelitian	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode Penelitian	42
3.2 Variabel Penelitian.....	42
3.3 Tabel Operasional	43
3.4 Skala Pengukuran	45
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	46
3.5.1 Subjek.....	46
3.5.2 Objek	46
3.6 Populasi dan Sampel	46
3.5.1 Populasi	46
3.5.2 Sampel	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49

3.6.1 Data Primer.....	49
3.6.2 Data Sekunder.....	49
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.8 Teknik Analisis Data.....	54
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.8.2 Method of Successive Interval (MSI)	56
3.8.3 Asumsi Klasik.....	57
3.8.4 Linear Regresi Sederhana.....	58
3.8.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	59
BAB IV.....	61
PEMBAHASAN.....	61
4.1 Karakteristik Responden.....	61
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.2 <i>Screening Question</i>	63
4.2.1 <i>Screening Question</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 <i>Screening Question</i> Responden Berdasarkan <i>Followers</i> Instagram Rachel Vennya	64
4.2.3 <i>Screening Question</i> Responden Berdasarkan yang Pernah Melihat Konten <i>Insta Story</i> (Instagram <i>Story</i>) Rachel Vennya Mengenai Produk Scarlett Whitening	64
4.3 Hasil Penelitian	65
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	65
4.4 Transformasi Data Method of Successive Interval (MSI).....	78
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.5.1 Uji Normalitas	78
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	79

4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	81
4.7 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	81
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.8.1 Variabel Kredibilitas <i>Endorser</i> (X)	83
4.8.2 Variabel Minat Beli (Y).....	86
4.8.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Endorser</i> Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening	87
BAB V	89
KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	89
5.2.1 Teoritis.....	89
5.2.2 Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	98