

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Teori Dasar	15
2.1.1 <i>Classical Conditioning Theory</i>	15
2.1.2 <i>Planned Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Terencana)	16
2.2 Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.2.1 Indikator Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.2.2 Hubungan Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek	20
2.2.3 Hubungan Sikap Terhadap <i>celebrity endorser</i> terhadap Minat Beli	20
2.3 Daya Tarik <i>Celebrity endorser</i>	20
2.3.1 Indikator Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	21
2.3.2 Hubungan Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek	24
2.3.3 Hubungan Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	24
2.4 Citra Merek	24
2.4.1 Indikator Citra Merek	25
2.4.2 Hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli	27

2.5 Minat Beli.....	27
2.5.1 Indikator Minat Beli.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Kerangka Pemikiran.....	32
2.8 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.1.1 Variabel Penelitian.....	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Data Primer.....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Kuesioner.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.5.1 Uji Instrumen.....	38
3.5.2 Metode Kuantitatif.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	42
4.1.3 Jenis Kelamin Responden.....	42
4.1.4 Usia Responden.....	43
4.1.5 Pekerjaan Responden.....	43
4.1.6 Pendapatan Responden.....	44
4.2 Hasil Analisis SEM.....	44
4.2.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	44
4.2.2 Uji CFA Eksogen.....	45
4.2.3 Uji CFA Endogen.....	46
4.3 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (Menguji Kelayakan Model).....	49
4.3.1 Ukuran Sampel.....	50

4.3.2 Uji Normalitas Residual.....	50
4.3.3 Uji Outlier.....	51
4.3.4 Uji <i>Multicolinearity</i> dan <i>Singularity</i>	52
4.3.5 Uji Validitas Konvergen.....	52
4.3.6 Uji Reliabilitas.....	53
4.3.7 Uji Nilai Residual.....	54
4.4 Uji Hipotesis.....	55
4.5 Analisis Direct, Indirect, Total Effects.....	57
4.6 Pembahasan.....	59
4.6.1 Pengaruh Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	59
4.6.2 Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	61
4.6.3 Pengaruh Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek.....	63
4.6.4 Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek.....	64
4.6.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Implikasi Teoritis.....	69
5.3 Implikasi Manajerial.....	70
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	77

