

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 ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	14
2.2 Pengembangan Variabel.....	17
2.2.1 Kualitas Produk.....	17
2.2.2 Citra merek.....	22
2.2.3 Celebrity Endorsement.....	25
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu	31
2.4 Hubungan Antar Variabel	36
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	37
2.4.3 Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian...	38
2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
2.6 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42

3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2	Populasi dan Sampel	45
3.2.1	Populasi.....	45
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	47
3.3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.3.2	Sumber Data.....	47
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Kuesioner	48
3.4.2	Studi Pustaka.....	49
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Outer model (Model Pengukuran)	50
3.5.2	Inner model (Model Struktural)	50
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		52
4.1	Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.1	Gambaran Umum Scarlett Whitening.....	52
4.1.2	Gambaran Umum Responden	54
4.2	Analisis Data	56
4.2.1	Outer Model (Model Pengukuran).....	56
4.2.2	Inner model (Model Struktural)	61

4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	63
4.3 Interpretasi Hasil	65
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	65
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	66
4.3.3 Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian...	67
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Implikasi Teoritis	69
5.3 Implikasi Manajerial	71
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	87

FEB UNDIP