

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 <i>Customer Decision Making Theory</i> .....	18
2.2 Perilaku Konsumen .....	21
2.3 Selebriti <i>Endorser</i> .....	24
2.4 Daya Tarik Iklan.....	27
2.5 Citra Merek.....	29
2.6 Pengambilan Keputusan Pembelian .....	34
2.7 Penelitian Terdahulu.....	40
2.8 Kerangka Pikir Penelitian.....	45
2.9 Hipotesis .....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.1.1 Variabel Penelitian .....	46

3.1.2	Definisi Operasional.....	47
3.2	Populasi dan Sampel .....	48
3.2.1	Populasi.....	48
3.2.2	Sampel.....	48
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.3.1	Data Primer .....	51
3.3.2	Data Sekunder .....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.5	Uji Kelayakan Kuisisioner .....	52
3.5.1	Uji Semantik .....	53
3.5.2	Uji Statistik .....	63
3.6	Teknik Analisis.....	65
3.6.1	Angka Indeks .....	65
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>73</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	73
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	75
4.2	Angka Indeks.....	78
4.2.1	Angka Indeks Variabel Selebriti <i>Endorser</i> .....	79
4.2.2	Angka Indeks Variabel Daya Tarik Iklan .....	80
4.2.3	Angka Indeks Variabel Citra Merek .....	81
4.2.4	Angka Indeks Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian.....	82
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	84
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.3.3	Uji Kelayakan Model .....	90
4.3.3.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
4.3.3.2	Uji F.....	91
4.4	Uji Hipotesis.....	92
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>96</b>
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	96

5.2	Implikasi Teoritis .....	97
5.3	Implikasi Manajerial.....	100
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	103
5.5	Saran Penelitian Mendatang.....	103
DAFTAR PUSTAKA .....		105
LAMPIRAN.....		108

