

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSYARATAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pemasaran.....	7
2. Komunikasi Pemasaran.....	10
3. Periklanan.....	13
4. <i>Celebrity Endorsement</i>	19
5. Merek.....	26
6. <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli).....	36
B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Hubungan Antar Variabel.....	45

D. Kerangka Pemikiran.....	48
E. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Rancangan penelitian.....	50
B. Populasi.....	50
C. Sampel.....	51
D. Teknik Pengambilan Sampling.....	51
E. Jenis Data Penelitian.....	52
F. Metode Pengumpulan Data.....	52
G. Variabel Penelitian.....	53
1. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	53
2. Definisi Operasi Variabel.....	54
H. Skala Pengukuran Variabel.....	57
I. Uji Instrumen Penelitian.....	58
1. Uji Validitas.....	58
2. Uji Reliabilitas.....	59
J. Teknik Analisis Data.....	60
K. Uji Hipotesis.....	64
1. Uji Koefisien Regresi dengan Uji t.....	64
2. <i>Path Analysis</i> dengan <i>Sobel Test</i>	64
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif Responden.....	67
B. Hasil Analisis Kuantitatif.....	68
C. Pembahasan.....	76
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Review</i> perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.....	44
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
Tabel 4.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Brand Image</i>	70
Tabel 4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	72
Tabel 4.5 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i>	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur Pengaruh antar Variabel <i>Celebrity Endorsement, Purchase Intention, dan Brand Image</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I	Kuesioner Penelitian..... 86
Lampiran II	Rekapitulasi Data 30 Responden..... 91
Lampiran III	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... 95
Lampiran IV	Tabulasi Data..... 99
Lampiran V	Hasil Analisis Frekuensi..... 112
Lampiran VI	Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)..... 114