

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis Skripsi.....	iii
Kata Pengantar	iv
Halam Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Abstrak	
	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Masalah	7
D. Manfaat penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
a. Proses keputusan pembelian	10
b. Indikator keputusan pembelian	12
c. Faktor –faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	13
2. <i>Celebrity Endorser</i>	15
a. Kriteria <i>celebrity endorser</i>	16
b. Indikator <i>celebrity endorser</i>	18
3. <i>Brand Image</i>	20
a. Strategi <i>brand image</i>	21
b. Indikator <i>brand image</i>	23
4. Atribut Produk	23
a. Unsur-unsur atribut produk	24
b. Indikator-indikator atribut produk	26
5. Kepercayaan	27
a. Manfaaat kepercayaan	28
b. Indikator kepercayaan	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Hubungan Antara variabel	32
D. Kerangka Pemikiran	34

E. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Objek dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi	38
D. Sampel dan Teknik Sampling	39
1. Sampel	39
2. Teknik Sampling	39
E. Jenis Data Penelitian	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	40
F. Prosedur Pengambilan Data	41
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	41
1. Variabel Independen	41
2. Variabel Dependen	42
H. Definisi Operasional Variabel	42
I. Metode Pengumpulan Variabel	46
J. Teknik Analisis Data	47
1. Teknik Analisis Regesi Linier Berganda	47
a. Uji instrumen penelitian	48
b. Analisis regresi linier berganda	53

c. Uji kelayakan model (uji F)	54
d. Uji hipotesis (t)	54
e. Koefesien determinasi (R^2)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Koresponden	56
a. Karakteristik koresponden berdasarkan jurusan	57
b. Karakteristik koresponden berdasarkan usia	57
c. Karakteristik koresponden berdasarkan uang saku	58
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	59
a. Variabel <i>celebrity endorser</i>	59
b. Variabel <i>Brand Image</i>	60
c. Variabel atribut produk	61
d. Variabel kepercayaan	62
e. Variabel keputusan pembelian	63
3. Pengujian hipotesis Berganda	64
a. Analisis Regresi berganda	64
b. Uji F	67
c. Koefesien Determinasi (R^2)	67
d. Uji t	68
4. Pembahasan	70

BAB V KESIMPULAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81