

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ASTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.5 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
1.5.1 TINJAUAN TEORITIS.....	10
1.5.1.1 Celebrity Endorser.....	10
1.5.1.1.1 Pengertian Celebrity Endorser.....	10
1.5.1.1.2 Peran Celebrity Endorser.....	11
1.5.1.1.3 Indikator Celebrity Endorser.....	13
1.5.1.2 Citra Merek.....	16
1.5.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	16
1.5.1.2.2 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	17

1.5.1.2.3	Indikator Citra Merek.....	18
1.5.1.3	Variasi Produk.....	22
1.5.1.3.1	Pengertian Variasi Produk.....	22
1.5.1.3.2	Fungsi Variasi Produk.....	23
1.5.1.3.3	Indikator Variasi Produk.....	25
1.5.1.4	Keputusan Pembelian.....	28
1.5.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
1.5.1.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
1.5.1.4.3	Langkah-Langkah Keputusan Pembelian.....	32
1.5.1.4.4	Tipe – Tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	35
1.5.1.4.5	Indikator Keputusan Pembelian.....	36
1.5.2	TINJAUAN EMPIRIS.....	38
1.5.3	PENGARUH ANTAR VARIABEL.....	44
1.5.3.1	Pengaruh Celerity Endorser dengan Keputusan Pembelian.....	44
1.5.3.2	Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	45
1.5.3.3	Pengaruh Variasi Produk dengan Keputusan Pembelian.....	46
1.6	KERANGKA PEMIKIRAN.....	46
1.7	HIPOTESIS PENELITIAN.....	48
1.8	DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	48
1.8.1	Definisi Konsep.....	48
1.8.2	Definisi Operasional.....	49
1.9	METODE PENELITIAN.....	54
1.9.1	Tipe Penelitian.....	54
1.9.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	55
1.9.3	Lokasi Penelitian.....	55
1.9.4	Sumber Data.....	55

1.9.5	Teknik Pengumpulan Data.....	55
1.9.6	Populasi dan Sampel.....	56
1.9.6.1	Populasi.....	56
1.9.6.2	Sampel.....	56
1.9.7	Teknik Sampling.....	56
1.9.8	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	57
1.9.8.1	Uji Validitas.....	57
1.9.8.2	Uji Reliabilitas.....	58
1.9.9	Teknik Pengukuran Data.....	59
1.10	Teknik Analisis Data.....	60
1.10.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	60
1.10.2	Analisis Statistik Inferensial.....	61
1.10.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	61
1.10.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
1.10.2.3	Uji Hipotesis.....	64
1.10.2.3.1	Analisis Uji F (Uji secara Simultan).....	64
1.10.2.3.2	Analisis Uji t (Uji secara Parsial).....	65
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		66
2.1	Sejarah Perusahaan Mamahke Jogja.....	66
2.2	Tagline.....	67
2.3	Produk Kue Mamahke Jogja.....	67
2.4	Cabang Mamahke Jogja.....	70
BAB III PEMBAHASAN.....		71
3.1	Karakteristik Responden.....	71
3.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	77
3.2.1	Uji Validitas.....	77

3.2.2	Uji Reliabilitas.....	78
3.3	Analisis Data Hasil Penelitian.....	79
3.3.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	79
3.3.1.1	Celebrity Endorser.....	81
3.3.1.2	Rekapitulasi rata – rata item Celebrity Endorser.....	85
3.3.1.3	Citra Merek.....	86
3.3.1.4	Rekapitulasi rata – rata item Citra Merek.....	89
3.3.1.5	Variasi Produk.....	90
3.3.1.6	Rekapitulasi rata – rata item Variasi Produk.....	93
3.3.1.7	Keputusan Pembelian.....	95
3.3.1.8	Rekapitulasi rata – rata item Keputusan Pembelian.....	100
3.3.1.9	Rekapitulasi total rata – rata item dari Celebrity Endorser, Citra Merek, Variasi Produk dan Keputusan Pembelian.....	101
3.3.2	Analisis Statistik Inferensial.....	102
3.3.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	102
3.3.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
3.3.3	Uji Hipotesis.....	108
3.3.3.1	Analisis Uji F (Uji secara simultan).....	108
3.3.3.2	Analisis Uji t (Uji secara parsial).....	109
3.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
3.4.1	Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	111
3.4.2	Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian.....	113
3.4.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	114
3.4.4	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	116
BAB IV PENUTUP.....		118
4.1	Kesimpulan.....	118

4.2	Saran.....	120
	DAFTAR PUSTAKA.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik ke Yogyakarta Tahun 2012-2016.....	2
Tabel 1.2 Daftar Produk Kue yang Dimiliki Selebritis di Indonesia.....	4
Tabel 1.3 Tipe – Tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 1.5 Operasionalisasi Variabel.....	50
Tabel 1.6 Skala Libert.....	60
Tabel 3.1 Usia Responden.....	72
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden.....	72
Tabel 3.3 Pekerjaan Responden.....	73
Tabel 3.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	74
Tabel 3.5 Pengeluaran Per Bulan.....	75
Tabel 3.6 Lama Menjadi Followers.....	76
Tabel 3.7 Terakhir Pembelian.....	76
Tabel 3.8 Uji Validitas.....	77
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 3.10 Kategorir Skor.....	80
Tabel 3.11 Skala Distribusi.....	80
Tabel 3.12 Zaskia Mecca merupakan aktris Indonesia yang ramah.....	81
Tabel 3.13 Zaskia Mecca merupakan aktris Indonesia yang dikenal banyak orang..	82
Tabel 3.14 Zaskia Mecca memiliki kemampuan dalam memberi keyakinan pada pelanggan Mamahke Jogja.....	83
Tabel 3.15 Zaskia Mecca memiliki penampilan menarik sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi pelanggan.....	84
Tabel 3.16 Zaskia Mecca mampu meyakinkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk Mamahke Jogja.....	85

Tabel 3.17 Rekapitulasi rata – rata item Celebrity Endorser.....	86
Tabel 3.18 Mamahke Jogja merupakan merek yang sudah dikenal banyak orang.....	87
Tabel 3.19 Mamahke Jogja merupakan perusahaan kue kekinian yang dikenal menjadi tempat oleh –oleh Jogja.....	88
Tabel 3.20 Mamahke Jogja dikenal mempunyai pelayanan yang baik kepada pelanggan.....	89
Tabel 3.21 Rekapitulasi rata – rata item Citra Merek.....	90
Tabel 3.22 Variasi ukuran yang ditawarkan Mamahke Jogja sangat menarik.....	91
Tabel 3.23 Harga yang ditawarkan Mamahke Jogja bervariasi.....	92
Tabel 3.24 Tampilan dari produk Mamahke Jogja menarik konsumen untuk membeli produk ini.....	93
Tabel 3.25 Bahan – bahan yang digunakan produk kue ini bermacam – macam sehingga varian rasa kue ini berbeda – beda.....	94
Tabel 3.26 Rekapitulasi rata – rata item Variasi Produk.....	95
Tabel 3.27 Saya memutuskan membeli Mamahke Jogja karena merek produk ini mempunyai ciri khas tersendiri.....	96
Tabel 3.28 Saya memutuskan membeli Mamahke Jogja karena outlet ini terjangkau jaraknya/lokasinya.....	97
Tabel 3.29 Saya memutuskan membeli Mamahke Jogja dengan jumlah pembelian lebih dari satu jenis.....	98
Tabel 3.30 Saya memutuskan membeli Mamahke Jogja di waktu yang saya inginkan.....	99
Tabel 3.31 Saya memutuskan membeli Mamahke Jogja karena metode pembayarannya beragam baik tunai maupun non tunai (kartu debit/kartu kredit).....	100
Tabel 3.32 Rekapitulasi rata – rata item Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 3.33 Rekapitulasi Total.....	102
Tabel 3.34 Uji Normalitas.....	104
Tabel 3.35 Uji Multikolinearitas.....	105
Tabel 3.36 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	107

Tabel 3.37 Hasil Uji Statistik F.....	109
Tabel 3.38 Hasil Uji t.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 1.2 Model Hipotesis Penelitian.....	48
Gambar 3.1 Hasil Uji Heterokedasititas.....	106
Gambar 3.2 Model Akhir Hipotesis Penelitian.....	110