

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	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	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Hubungan Antar Variabel	18
D. Kerangka Konseptual	19
E. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Objek Penelitian dan Waktu Penelitian	22
C. Populasi.....	22
D. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	22

E. Jenis Data	24
F. Prosedur Pengambilan Data	25
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	25
H. Definisi Operasional Variabel.....	25
I. Pengukuran Variabel.....	28
J. Uji Instrumen	28
K. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Analisis Deskriptif	36
B. Analisis Kuantitatif	45
C. Pembahasan.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Perusahaan <i>Smartphone</i> di Indonesia tahun 2017-2018	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skala Likert	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> (X1)	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2).....	29
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3)	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	30
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Celebrity Endorsement</i>	38
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Setiap Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	39
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Word of Mouth</i>	40
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Setiap Indikator <i>Word of Mouth</i>	40
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Online Customer Review</i>	41
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden terhadap Setiap Indikator <i>Online Customer Review</i>	42
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden terhadap Setiap Indikator Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Berganda.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual21

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	59
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN	77
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS	82
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS	86
LAMPIRAN 5 REKAPITULASI DATA 105 RESPONDEN.....	88
LAMPIRAN 6 FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN.....	101
LAMPIRAN 7 UJI HIPOTESIS	106