

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	11
1. Keputusan Pembelian .....	11
2. <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
3. <i>Brand Image</i> .....	14
4. <i>Price</i> .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Keterkaitan Antar Variabel .....	24
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan pembelian .....	25
3. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan pembelian .....	26
D. Kerangka Penelitian .....	27
E. Hipotesis Penelitian .....	27
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian .....	29
B. Objek Penelitian .....	29
C. Populasi Penelitian .....	29
D. Sampel .....	30
E. Besarnya Sampel .....	30

F. Teknik Pengambilan Sampel .....	31
G. Jenis Data Penelitian .....	32
H. Prosedur Pengambilan Data .....	32
I. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	33
J. Definisi Operasional Variabel .....	33
1. Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	33
2. Variabel <i>Brand Image</i> .....	34
3. Variabel <i>Price</i> .....	35
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	35
K. Pengukuran Variabel .....	36
L. Uji Instrumen .....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas .....	39
M. Teknik Analisis Data .....	40
N. Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Deskriptif .....	46
B. Analisis Kuantitatif .....	52
1. Regresi berganda .....	52
2. Uji Hipotesis .....	54
C. Pembahasan .....	55
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	60
LAMPIRAN .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Interval Kelas Variabel .....	36
Tabel 3.2 Uji Validitas Penelitian Variabel .....	38
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Penelitian Variabel.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembeli .....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	45
Tabel 4.3 Persepsi Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	46
Tabel 4.4 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	47
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel <i>Price</i> .....	48
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penggunaan Internet.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penggunaan Internet.....	2

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	64
Lampiran 2 : Rekapitulasi Data .....	68
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
Lampiran 4 : Frekuensi Responden.....	78
Lampiran 5 : Frekuensi Variabel.....	79
Lampiran 6 : Pengujian .....	82