

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	iv
Motto.....	v
Abstraksi	vi
Persembahan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar isi.....	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
1. Keputusan Pembelian.....	13
2. Pengulangan Iklan Televisi.....	16
3. Dukungan Selebritis	18
4. Persepsi Kualitas	20
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hubungan Antar Variabel.....	23
1. Hubungan Pengulangan Iklan Televisi dengan Keputusan Pembelian	23
2. Hubungan Dukungan Selebritis dengan Keputusan Pembelian	24
3. Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian.....	24
D. Kerangka Konseptual	25
E. Hipotesis Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Rancangan Penelitian	27
B. Obyek dan Waktu Penelitian.....	27
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
D. Jenis Data Penelitian.....	30
E. Prosedur Pengambilan Data.....	31
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	31
G. Definisi Operasional Variabel.....	33
H. Skala Pengukuran Variabel.....	36
I. Uji Instrumen	37
J. Teknik Analisis Data	39
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Analisis Deskriptif.....	44
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	44
2. Analisis Deskriptif Variabel	47
B. Analisis Kuantitatif.....	52
1. Regresi Linier Berganda.....	52
2. Interpretasi Persamaan Regresi.....	53
3. Uji F	53
4. Uji T	54
5. Koefisien Determinasi	55
C. Pembahasan	55
1. Pengaruh Pengulangan Iklan Televisi, Dukungan Selebritis dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	55
2. Pengaruh Pengulangan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian	56
3. Pengaruh Dukungan Selebritis terhadap Keputusan Pembelian	57
4. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Survey Consumer Media View</i>	2
Gambar 1.2 <i>Top 10 Brands</i> belanja iklan	4
Gambar 1.3 Merek Sampo yang Paling Sering Dibicarakan di Twitter 2017 .	7
Gambar 1.4 Belanja Iklan Produk Perawatan Tubuh Tahun 2018	9
Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	25

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.3 Skor Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.4 Kategorisasi Variabel	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas 32 Responden	38
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas 32 Responden	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	46
Tabel 4.4 Penilaian Variabel Pengulangan Iklan Televisi	47
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Dukungan Selebritis.....	48
Tabel 4.6 Penilaian variabel Persepsi Kualitas	49
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran II Rekapitulasi Kelompok Uji	72
Lampiran III Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
Lampiran IV Rekapitulasi Data Penelitian	81
Lampiran V Analisis Deskriptif	83
Lampiran VI Analisis Kuantitatif.....	95