

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Tinjauan Pustaka.....	18
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	18
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	54
1.6 Pengaruh Antar Variable.....	81
1.7 Kerangka Pemikiran	86
1.8 Hipotesis.....	88
1.9 Model Hipotesis.....	89
1.10 Definisi Konsep, Operasional, dan Indikator	91
1.10.1 Definisi Konsep.....	91
1.10.2 Definisi Operasional.....	92
1.11 Metode Penelitian.....	100
1.11.1 Jenis Penelitian.....	100
1.11.2 Ruang Lingkup Penelitian	100
1.11.3 Lokasi Penelitian.....	100
1.11.4 Populasi dan Sampel Penelitian	101
1.11.5 Teknik Sampling	102

1.11.6	Sumber Data.....	103
1.11.7	Teknik Pengumpulan Data.....	103
1.11.8	Skala Pengukuran.....	103
1.11.9	Uji Instrumen Penelitian.....	104
1.11.10	Teknik Analisis Data.....	106
1.11.11	Uji Hipotesis.....	110
BAB II	GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	135
2.1.	Sejarah Perusahaan.....	135
2.2.	Logo Perusahaan.....	113
2.3.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	113
2.4.	Daftar Harga Produk The Originote.....	114
2.5.	Layanan Perusahaan.....	114
2.6.	Gambaran Celebrity Endorser pada Moisturizer The Originote.....	116
2.7.	Gambaran Online Customer Review pada Moisturizer The Originote.....	117
2.8.	Gambaran Kepercayaan Konsumen pada Moisturizer The Originote.....	118
2.9.	Gambaran Minat Beli pada Moisturizer The Originote.....	119
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	145
3.1	Hasil Uji Instrumen.....	121
3.1.1	Hasil Uji Validitas.....	121
3.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	124
3.2	Karakteristik Responden.....	125
3.2.1	Usia Responden.....	125
3.2.2	Jenis Kelamin.....	126
3.3	Analisis Data.....	127
3.3.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	127
3.3.2	Analisis Statistik Inferensial.....	181
3.3.3	Uji Hipotesis.....	189
3.4	Pembahasan.....	197
3.4.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Terhadap Kepercayaan Konsumen (Z).....	197
3.4.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X2) Terhadap Kepercayaan Konsumen (Z).....	199
3.4.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	201

3.4.4	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X2) Terhadap Minat beli (Y) .	202
3.4.5	Pengaruh <i>Kepercayaan Konsumen</i> (Z) Terhadap Minat Beli (Y)....	204
3.4.6	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y) Melalui Kepercayaan Konsumen (Z).....	205
3.4.7	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Melalui Kepercayaan Konsumen (Z).....	206
BAB IV PENUTUP		238
4.1	Kesimpulan.....	238
4.2	Saran	210
DAFTAR PUSTAKA		243
LAMPIRAN		221