

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Landasan Teori	10
1.5 Tinjauan Empirik	42
1.6 Kerangka Berpikir.....	52
1.7 Hipotesis.....	54
1.8 Variabel Penelitian	56
1.10 Metode Penelitian	64
1.10.1 Tipe Penelitian	64
1.10.2 Lokasi Penelitian	64
1.10.3 Populasi	65
1.10.4 Sampel.....	66
1.10.5 Jenis dan Sumber Data.....	68
1.10.7 Skala Pengukuran.....	69
1.10.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	70

1.10.9 Teknik Analisis Data	72
1.10.10 Uji Hipotesis	73
BAB II.....	76
2.1 Sejarah Le Minerale	76
2.2 Logo.....	78
2.3 Visi dan Misi	78
BAB III	80
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	80
3.1.1 Uji Validitas	80
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	82
3.2 Karakteristik Responden	83
3.2.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	84
3.2.2 Angkatan	84
3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	85
3.3.1 Deskripsi Variabel Celebrity Endorse	85
3.3.2 Deskripsi Variabel Citra Merek	86
3.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	87
3.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	89
3.4 Uji Asumsi Klasik	90
3.4.1 Uji Normalitas	90
3.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	91
3.4.3 Uji Multikolinieritas.....	92
3.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	93
3.6 Uji Hipotesis	96
3.7 Uji f (Secara Simultan).....	96
3.8 Uji t (Secara Parsial)	97
3.9 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	98
3.10 Pembahasan.....	99

3.10.1 Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam kemasan (AMDK) Le Minerale secara Simultan	99
3.10.2 Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian AMDK Le Minerale secara parsial	100
BAB IV	106
PENUTUP	106
DAFTAR PUSTAKA	108
Lampiran	112