DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**

MOTTO ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

ABSTRAK ..... **x**

ABSTRACT ..... **xi**

DAFTAR ISI ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1

B. Tujuan Penelitian 12

C. Manfaat Penelitian 13

1. Manfaat Teoritis 13

2. Manfaat Praktis 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**

A. Landasan Teori 15

1. ***Theory of Planned Behavior*** **sebagai** ***Grand Theory*** 15

2. ***Purchase Intention*** **/ Niat Beli** 16

3. ***Celebrity Endorsement*** 19

4. ***Brand Attitude*** 21

5. **Brand Trust** 23

B. Penelitian Terdahulu 25
C. Pengaruh Antar Variabel 28
1. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* 28
2. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Attitude* ... 29
3. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Trust* 30
4. Pengaruh *Brand Attitude* terhadap *Purchase Intention* 31
5. Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* 32
6. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Attitude* 33
7. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Trust* 34
D. Kerangka Penelitian 35
E. Hipotesis Penelitian 36
BAB III METODE PENELITIAN 37
A. Rancangan Penelitian 37
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 37
C. Klasifikasi Variabel Penelitian 41
1. Variabel Independen 41
2. Variabel Dependen 42
3. Variabel Mediasi 43
D. Jenis Data Penelitian 43
E. Prosedur Pengambilan Data 44
F. Definisi Operasional Variabel dan Skala Indikator 45
G. Skala Pengukuran Variabel 46
H. Uji Instrumen 49
1. Uji Validitas 49
2. Uji Reliabilitas 51
I. Teknik Analisis Data 52
1. Analisis Deskriptif 53
2. Uji Hipotesis menggunakan *SmartPLS* 53

3. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 54
4. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)..... 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 58
A. Deskripsi Hasil Penelitian 58
1. Karakteristik Responden 59
2. Deskripsi Variabel Penelitian 64
B. Uji Hipotesis 69
1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 70
2. Inner Model 77
C. Pembahasan 83
1. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* 83
2. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Attitude* ... 84
3. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Trust* 85
4. Pengaruh *Brand Attitude* terhadap *Purchase Intention* 86
5. Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* 87
6. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Attitude* sebagai variabel mediasi..... 88
7. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Trust* sebagai variabel mediasi..... 89
BAB V KESIMPULAN & SARAN..... 91
A. Kesimpulan..... 91
B. Saran 92
DAFTAR PUSTAKA..... 94
LAMPIRAN..... 98