

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	15
2.1 Teori Dasar .....	15
2.1.1 <i>Classical Conditioning Theory</i> .....	15
2.1.2 <i>Planned Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Terencana) .....	16
2.2 Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> .....	16
2.2.1 Indikator Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> .....	17
2.2.2 Hubungan Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek .....	20
2.2.3 Hubungan Sikap Terhadap <i>celebrity endorser</i> terhadap Minat Beli.....	20
2.3 Daya Tarik <i>Celebrity endorser</i> .....	20
2.3.1 Indikator Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> .....	21
2.3.2 Hubungan Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek .....	24
2.3.3 Hubungan Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli .....	24
2.4 Citra Merek.....	24
2.4.1 Indikator Citra Merek .....	25
2.4.2 Hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	27

2.5 Minat Beli .....	27
2.5.1 Indikator Minat Beli.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu .....	29
2.7 Kerangka Pemikiran .....	32
2.8 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	34
3.1.1 Variabel Penelitian.....	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel .....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Data Primer .....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1 Kuesioner .....	37
3.5 Teknik Analisis Data .....	38
3.5.1 Uji Instrumen .....	38
3.5.2 Metode Kuantitatif.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	42
4.1.2 Deskripsi Umum Responden .....	42
4.1.3 Jenis Kelamin Responden .....	42
4.1.4 Usia Responden .....	43
4.1.5 Pekerjaan Responden .....	43
4.1.6 Pendapatan Responden .....	44
4.2 Hasil Analisis SEM.....	44
4.2.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	44
4.2.2 Uji CFA Eksogen.....	45
4.2.3 Uji CFA Endogen .....	46
4.3 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (Menguji Kelayakan Model) .....	49
4.3.1 Ukuran Sampel.....	50

4.3.2 Uji Normalitas Residual.....	50
4.3.3 Uji Outlier.....	51
4.3.4 Uji <i>Multicolinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	52
4.3.5 Uji Validitas Konvergen.....	52
4.3.6 Uji Reliabilitas.....	53
4.3.7 Uji Nilai Residual.....	54
4.4 Uji Hipotesis.....	55
4.5 Analisis Direct, Indirect, Total Effects.....	57
4.6 Pembahasan.....	59
4.6.1 Pengaruh Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	59
4.6.2 Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	61
4.6.3 Pengaruh Sikap Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek.....	63
4.6.4 Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek.....	64
4.6.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Implikasi Teoritis.....	69
5.3 Implikasi Manajerial.....	70
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	77