

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.2.1 Citra Merek	17
2.1.4 Keinovatifan Produk	19
2.1.5 Nilai Utilitarian	21
2.2 Hubungan antar Variabel.....	23
2.2.1 Hubungan Antara <i>Celebrity Endorser</i> Dengan Citra Merek.....	23
2.2.2 Hubungan Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	23

2.2.3	Hubungan Antara Keinovatifan Produk Dengan Nilai Utilitarian...	24
2.2.4	Hubungan Antara Nilai Utilitarian Dengan Keputusan Pembelian ..	25
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1	Variabel Penelitian	27
3.1.2	Definisi Operasional.....	28
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1	Populasi	30
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1	Kuesioner	32
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	33
3.5	Metode Analisis Data	33
3.5.1	Analisis Deskriptif	33
3.5.2	Analisis Kuantitatif	34
3.6	Uji Instrumen Data	35
3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Reliabilitas	35
3.7	Uji Asumsi Klasik	36
3.7.1	Uji Multikolinieritas.....	36
3.7.2	Uji Heterokedastisitas	36
3.7.3	Uji Normalitas	37
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.9	Uji Kelayakan Model	38
3.9.1	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	38
3.9.2	Uji Kelayakan Model (Uji F)	39
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	41

4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.2	Gambaran Umum Responden	43
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	49
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban <i>Celebrity Endorser</i>	50
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban Keinovatifan Produk	52
4.3.3	Analisis Indeks Jawaban Citra Merek	53
4.3.4	Analisis Indeks Jawaban Nilai Utilitarian	55
4.3.5	Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian.....	57
4.4	Analisis Hasil Penelitian	59
4.4.1	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	59
4.4.1.1	Uji Reliabilitas.....	59
4.4.1.2	Uji Validitas	60
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	62
4.4.2.1	Uji Multikolinieritas	62
4.4.2.2	Uji Heterokedastisitas.....	64
4.4.2.3	Uji Normalitas	66
4.4.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	71
4.4.4	Uji Goodness of Fit.....	75
4.4.4.1	Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.4.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	77
4.4.4.3	Uji Parsial (T).....	80
4.5	Pengujian Hipotesis	82
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1	82
4.5.2	Pengujian Hipotesis 2	82
4.5.3	Pengujian Hipotesis 3	83
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4	83
BAB V	PENUTUP	84
5.1	Ringkasan Penelitian	84
5.2	Kesimpulan Hipotesis.....	86
5.2.1	Kesimpulan Hipotesis 1	86
5.2.2	Kesimpulan Hipotesis 2.....	87

5.2.3 Kesimpulan Hipotesis 3	88
5.2.4 Kesimpulan Hipotesis 4	88
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	89
5.4 Implikasi Manajerial.....	91
5.5 Keterbatasan Penelitian	93
5.6 Penelitian Mendatang	94
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR LAMPIRAN	100