

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Persetujuan Skripsi</b> .....	ii
<b>Pengesahah Kelulusan</b> .....	iii
<b>Pernyataan Orisinalitas Skripsi</b> .....	iv
<b>Motto dan Persembahan</b> .....	v
<i>Abstract</i> .....	vi
<b>Abstrak</b> .....	vii
<b>Kata Pengantar</b> .....	viii
<b>BAB I       PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II       TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	10
2.1.2 Minat Beli .....	14
2.1.3 <i>Endorser</i> .....	16
2.1.4 Kreatifitas Iklan .....	18
2.1.5 Daya Tarik Iklan .....	19

2.2 Hubungan Logistik antara Variabel dan Hipotesis .....	22
2.2.1 Hubungan Variabel <i>Endorser</i> terhadap Minat Beli .....	22
2.2.2 Hubungan Variabel Kreativitas Iklan terhadap Minat Beli .....	23
2.2.3 Hubungan Variabel Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli .....	24
2.2.4 Hubungan Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3 Penelitian Terdahulu .....	25
2.4 Kerangka Penelitian Teoritis .....	29

### **BAB III      METODE PENELITIAN**

3.1 Variabel Penelitian & Definisi Operasional Variabel .....	31
3.1.1 Variabel Penelitian .....	31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	33
3.2.1 Populasi .....	33
3.2.2 Sampel .....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.3.1 Data Primer .....	33
3.3.2 Data Sekunder .....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4.1 Kuisisioner .....	34
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	34
3.5 Metode Analisis Data .....	34
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	35
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	35
3.6 Uji Instrumen Data .....	36
3.6.1 Uji Validitas .....	36
3.6.2 Uji Realibilitas .....	36

3.7 Uji Asumsi Klasik .....	36
3.8 Regresi Dua Tahap .....	39
3.9 Pengujian Hipotesis (uji t) .....	40
3.10 Analisis Koefisien Determinasi (adjusted R <sup>2</sup> ) .....	40

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum .....	41
4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Umur .....	42
4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	42
4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2 Analisis Data .....	43
4.2.1 Analisis Deskripsi .....	43
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Endorser</i> .....	44
4.2.3 Deskripsi Variabel Kreativitas Iklan .....	45
4.2.4 Deskripsi Variabel Daya Tarik Iklan .....	46
4.2.5 Deskripsi Variabel Minat Beli .....	47
4.2.6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	48
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian .....	49
4.3.1 Uji Validitas .....	49
4.3.2 Uji Realibilitas .....	50
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4.1 Uji Normalitas .....	51
4.4.2 Pengujian Multikolinearitas .....	52
4.4.3 Pengujian Heterokedastitas .....	53
4.5 Analisis Regresi Dua Tahap .....	54
4.5.1 Persamaan 1 .....	54
4.5.2 Persamaan 2 .....	55
4.5.3 Pengujian Hipotesis .....	56

4.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	58
4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi tahap 1 .....	58
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi tahap 2 .....	59
4.8 Pembahasan .....	60

**BAB V        PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Implikasi Manajerial .....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	66
5.4 Agenda Penelitian Mendatang .....	66

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**