

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Minat Beli.....	8
2.1.2 Citra Merek.....	9
2.1.3 Iklan.....	10
2.1.4 Selebriti Pendukung ( <i>Celebrity Endorser</i> ) .....	12
2.2 Hipotesis .....	14
2.1.1 Hubungan Antara Iklan Dengan Citra Merek.....	14
2.1.2 Hubungan Antara Selebriti Pendukung Dengan Citra Merek .....	15
2.1.3 Hubungan Antara Iklan Dengan Minat Beli .....	16
2.1.4 Hubungan Antara Selebriti Pendukung Dengan Minat Beli .....	19
2.1.5 Hubungan Antara Citra Merek Dengan Minat Beli.....	21
2.3 Penelitian Terdahulu .....	23
2.4 Kerangka Pemikiran .....	29

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	31
3.1.1 Variabel Penelitian .....	31
3.1.2 Definisi Operasional.....	32
3.2 Penentuan sampel .....	34

3.2.1	Populasi & sampel .....	34
3.2.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4	Metode Pengumpulan data .....	36
3.5	Analisis Data .....	38
3.5.1	Analisis Diskriptif.....	38
3.5.2	Analisis Kuantitatif .....	38
3.5.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.5.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.2.3	Uji Regresi Linier Berganda .....	42
3.5.2.4	Uji Kelayakan Model .....	43
3.5.2.5	Uji Hipotesis .....	44
3.5.2.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
3.5.2.7	Uji Sobel .....	45

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	46
4.2	Gambaran Umum Responden .....	49
4.2.1	Kuesioner Responden.....	49
4.2.2	Uji Tabulasi Silang Usia dan Jenis Kelamin.....	49
4.2.3	Uji Tabulasi Silang Pendidikan dan Jenis Kelamin.....	51
4.3	Analisis Diskriptif Variabel .....	52
4.3.1	Analisis Deskripsi Variabel Iklan .....	53
4.3.2	Analisis Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	55
4.3.3	Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek.....	57
4.3.4	Analisis Deskripsi Variabel Minat Beli .....	59
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	60
4.4.1	Uji Validitas .....	60
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	63
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	64
4.5.1	Uji Normalitas.....	64
4.5.2	Uji Multikolonieritas.....	68
4.5.3	Uji Heteroskedastitas .....	69
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.7	Uji Hipotesis .....	75
4.7.1	Uji Statistik F .....	75
4.7.2	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (uji t) .....	76
4.8	Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	79
4.9	Uji Sobel.....	80

<b>4.10 Hasil Analisis Regresi.....</b>	<b>85</b>
<b>4.11 Pembahasan .....</b>	<b>87</b>
<b>4.12 Pengaruh Mediasi.....</b>	<b>92</b>

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>94</b>
<b>5.2 Keterbatasan .....</b>	<b>99</b>
<b>5.3 Implikasi Kebijakan .....</b>	<b>100</b>
<b>5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....</b>	<b>100</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>