

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
2.1. Tinjauan Teori .....	11
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1.2. Tipe Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2. Keputusan Pembelian .....	14
2.1.2.1.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. ....	16
2.1.2.2 Pandangan Pengambilan Keputusan.....	18
2.1.3. <i>Celebrity Endorser</i> .....	20
2.1.3.1. Kriteria <i>Celebrity Endorser</i> .....	21
2.1.3.2. Jenis-Jenis <i>Endorser</i> .....	22
2.1.3.3. Dimensi <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
2.1.4 Citra Merek.....	24
2.1.4.1 Langkah-Langkah Membangun Citra Merek.....	25
2.1.4.2. Dimensi Citra Merek .....	26
2.1.5 Harga .....	26
2.1.5.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi	

Penetapan Harga.....	27
2.1.5.2 Fungsi Penetapan Harga Jual.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3. Hubungan antar Variabel .....	33
2.3.1. Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2. Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3. Hubungan antara Harga dengan Keputusan Keputusan Pembelian .....	34
2.3.4. Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> , Citra Merek dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.5. Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang paling Dominan .....	35
2.4. Hipotesis .....	35
2.5. Model Penelitian.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Desain Riset.....	37
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	37
3.2.1 Jenis Data .....	37
3.2.2 Sumber Data .....	39
3.2.2.1 Data Primer .....	39
3.2.2.2 Data Sekunder .....	39
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.3.1. Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.4. Unit Analisis.....	41
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	42
3.5.1. <i>Celebrity Endorser</i> .....	42
3.5.2. Citra Merek.....	42
3.5.3. Harga.....	43
3.5.4 Keputusan Pembelian .....	43
3.6. Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1. Uji Instrumen.....	45
3.6.1.1 Uji Validitas .....	45
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.6.2. Uji Hipotesis.....	47
3.6.2.1.Regresi Linear Berganda.....	47
3.6.2.2.Uji Parsial (uji t).....	48
3.6.2.3.Uji Simultan (uji F).....	49
3.6.2.4.Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
4.1. Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden .....	51
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
4.2.1 Uji Validitas .....	56
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.3. Uji Hipotesis.....	60
4.3.1 Regresi Linier Berganda .....	60
4.3.2 Uji t .....	61
4.3.3 Uji F .....	63
4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.5. Temuan Penelitian .....	68
4.6. Keterbatasan Penelitian.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran .....	71
5.3. Implikasi Penelitian .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	73
<b>LAMPIRAN</b> .....	76