

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	10
1.2.1. Identifikasi Masalah	10
1.2.2. Pembatasan Masalah	11
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Manajemen Pemasaran	14
2.1.2. Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	15
2.1.2.1. Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	16
2.1.3. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	18
2.1.3.1 Dimensi <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.4. Pengertian <i>Purchase Intention</i>	20
2.1.4.1 Dimensi <i>Purchase Intention</i>	22
2.1.4.2. Faktor Pembentuk <i>Purchase Intention</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hubungan antar Variabel	25
2.3.1. <i>Celebrity Endorsement</i> dengan <i>Brand Awareness</i>	25
2.3.2. <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	26

2.3.3. <i>Celebrity Endorsement</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	26
2.3.4. <i>Celebrity Endorsement</i> dengan <i>Purchase Intention</i> melalui <i>brand awareness</i>	27
2.4 Hipotesis.....	27
2.5 Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Riset.....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.2.1 Jenis Data	30
3.2.2 Sumber Data.....	31
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6 Teknik Analisa Data	37
3.6.1 Uji Validitas	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6.3 Analisis Jalur (<i>Path analysis</i>).....	41
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Karakteristik Responden	45
4.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
4.1.3 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	51
4.1.3.1 Analisis Jalur Tahap 1	52
4.1.3.2 Analisis Jalur Tahap 2.....	54
4.1.3.3 Analisis Jalur Tahap 3.....	58
4.1.3.4 Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel.....	59
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.2.1 <i>Celebrity Endorsement</i> dengan <i>Brand Awareness</i>	60
4.2.2 <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	61
4.2.3 <i>Celebrity Endorsement</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	62
4.2.4 <i>Celebrity Endorsement</i> dengan <i>Purchase Intention</i> melalui <i>brand awareness</i>	63
4.3 Temuan Penelitian.....	64
4.4 Keterbatasan Penelitian	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
5.3 Implikasi Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72