

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1.Keputusan Pembelian .....	7
2.1.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	11
2.2 <i>Celebrity Endorser</i> .....	11
2.2.1 Jenis-jenis <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.2.2 Atribut Pendukung <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.2.3 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
2.3 Iklan .....	14
2.3.1 Fungsi Iklan.....	15
2.3.2 Dimensi Iklan .....	16
2.4 Citra Merek.....	16
2.4.1 Mengukur Citra Merek.....	17
2.4.2 Manfaat Citra Merek .....	17
2.4.3 Dimensi Citra Merek .....	17
2.4.4 Komponen Citra Merek.....	18

2.5 Penelitian Terdahulu .....	19
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.11 Hipotesis .....	25
2.11 Model Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Riset.....	27
3.2 Jenis Sumber Data .....	27
3.2.1 Jenis Data .....	27
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi .....	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.4 Unit Analisis .....	29
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.5.1 Variabel Dependen.....	30
3.5.1.1 Keputusan Pembelian .....	30
3.5.1.2 Citra Merek.....	30
3.5.2 Variabel Independen .....	30
3.5.2.1 Celebrity Endorser .....	30
3.5.2.2 Iklan.....	30
3.6 Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1 Uji Validitas .....	33
3.6.2 Uji Reabilitas .....	33
3.6.3 Analisis Jalur ( <i>path analisi</i> ).....	34
3.6.4 Uji t (Uji parsial).....	36
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Karakteristik Responden.....	38
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
4.2.1 Uji Validitas .....	41
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	44
4.3 Analisis Deskriptif Penelitian .....	44
4.4 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	48
4.4.1 Analisis Jalur tahap 1 .....	49
4.4.2 Analisis Jalur tahap 2 .....	51
4.4.3 Analisis Jalur Gabungan tahap 1 dan 2 .....	55
4.4.3.1 Pengaruh langsung, Pengaruh tidak langsung, dan	

Pengaruh total antara Variabel pada analisis Jalur gabungan .....	55
BAB V PEMBAHASAN .....	57
5.1 Pembahasan hasil Penelitian.....	57
5.1.1 Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Citra Merek.....	57
5.1.2 Pengaruh Iklan terhadap Citra Merek.....	58
5.1.3 Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian	58
5.1.4 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian .....	59
5.1.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	59
5.1.6 Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .....	60
5.1.7 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .....	61
5.2 Temuan Penelitian .....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	63
6.1 Kesimpulan .....	63
6.2 Saran .....	64
6.3 Implikasi Teoritis.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	69