

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
ABTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Faktor Penentu Keputusan Pembelian Konsumen ...	9
2.1.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian....	11
2.1.4 Dimensi Keputusan Pembelian	12
2.2 Minat Beli	12
2.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	13
2.2.2 Tahapan Minat Beli.....	13
2.2.3 Dimensi Minat Beli.....	14
2.3 <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.3.1 Faktor-faktor Pemilihan <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.3.2 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.4 Kualitas Produk.....	16
2.4.1 Klasifikasi Produk	16
2.4.2 Unsur-unsur Kualitas Produk.....	17
2.4.3 Dimensi Kualitas Produk	18
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19

2.6	Hubungan Antar Variabel	24
2.6.1	Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	24
2.6.2	Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	24
2.6.3	Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.4	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.5	Hubungan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.6	Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	26
2.6.7	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	26
2.7	Hipotesis.....	26
2.8	Model Penelitian	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
3.1	Desain Riset	28
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.2.1	Jenis Data	28
3.2.2	Sumber Data.....	28
3.1	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4	Unit Analisis	30
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.5.1	Variabel Independen	30
3.5.1.1	<i>Celebrity Endorser</i>	31
3.5.1.2	Kualitas Produk.....	31
3.5.2	Variabel Intervening	31
3.5.2.1	Minat Beli	31
3.5.3	Variabel Dependen.....	31
3.5.3.1	Keputusan Pembelian.....	31
3.6	Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	34
3.6.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	35
3.6.4	Uji t (Parsial).....	38
3.6.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	38

BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	39
4.1	Karakteristik Responden.....	39
4.1.1	Berdasarkan Responden yang Mengenal Maudy Ayunda.....	39
4.1.2	Berdasarkan Media yang dilihat Responden.....	40
4.1.3	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.4	Berdasarkan Usia.....	41
4.1.5	Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.1.6	Berdasarkan Anggaran Pembelian <i>Smartphone</i>	42
4.1.7	Berdasarkan Frekuensi Pengguna <i>Smartphone</i>	42
4.2	Uji Validitas.....	43
4.3	Uji Reliabilitas.....	45
4.4	Analisis Deskriptif Penelitian.....	46
4.4.1	Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	47
4.4.2	Variabel Kualitas Produk.....	49
4.4.3	Variabel Minat Beli.....	50
4.4.4	Variabel Keputusan Pembelian.....	52
4.5	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	53
4.5.1	Analisis Jalur Tahap I.....	53
4.5.2	Analisis Jalur Tahap II.....	56
4.5.3	Analisis Gabungan Tahap I dan II.....	59
BAB V	PEMBAHASAN.....	61
5.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) terhadap Minat Beli (Z).....	61
5.2	Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli (Z).....	61
5.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
5.4	Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
5.5	Pengaruh Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	63
5.6	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z)...	63
5.7	Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z)...	63
5.8	Temuan Penelitian.....	64
5.9	Keterbatasan Masalah.....	64

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	65
6.1	Kesimpulan	65
6.2	Saran.....	66
6.3	Implikasi Penelitian.....	66
DAFTAR REFERENSI		68