

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Tinjauan Teori.....	9
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2. Selebriti.....	10
2.1.3. <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.1.3.1. Alasan Memilih <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.1.3.2. Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.1.4. Intensitas Pembelian.....	18
2.1.4.1. Intensi.....	18
2.1.4.2. Proses Terbentuknya Intensi.....	19
2.1.4.3. Membeli.....	20
2.1.4.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian...	21
2.1.5. Intensitas Pembelian.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	29
2.3.1. Hubungan <i>Credibility</i> Terhadap Intensitas Pembelian...	29
2.3.2. Hubungan <i>Attractiveness</i> Terhadap Intensitas Pembelian.....	29

2.3.3. Hubungan <i>Power</i> Terhadap Intensitas Pembelian.....	29
2.4. Hipotesis.....	30
2.5. Model Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Desain Riset.....	32
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.2.1. Jenis Data.....	32
3.2.2. Sumber Data.....	33
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3.1. Populasi.....	33
3.3.2. Sampel.....	34
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.4. Unit Analisis.....	35
3.5. Definisi Operasional.....	35
3.6. Metode Analisis Data.....	36
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.6.1.1. Uji Validitas.....	36
3.6.1.2. Uji Reliabilitas.....	37
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.2.1. Uji Normalitas.....	39
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas.....	40
3.6.2.3. Uji Autokorelasi.....	41
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.4. Uji t.....	44
3.6.5. Uji F.....	44
3.6.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB IV GAMBARAN UMUM SUBYEK PENELITIAN.....	46
4.1. Sejarah Perusahaan.....	46
4.2. Visi dan Misi Perusahaan Advan.....	47
4.2.1. Visi.....	47
4.2.2. Misi.....	47
4.3. Gambaran Umum Responden.....	47
4.3.1. Jenis Kelamin.....	48
4.3.2. Usia Responden.....	48
4.3.3. Pendidikan Terakhir.....	49
4.3.4. Pekerjaan.....	49
4.3.5. Pendapatan Perbulan.....	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
5.1. Hasil Uji Validitas.....	51
5.1.1. Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> dan Intensitas Pembelian.....	51
5.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
5.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
5.3.1. Uji Normalitas.....	56

5.3.2. Uji Multikolinearitas.....	56
5.3.3. Uji Autokorelasi.....	57
5.3.4. Uji Heteroskedastisitas.....	58
5.4. Uji Hipotesis.....	59
5.4.1. Uji t (Uji Parsial).....	59
5.4.2. Uji F (Uji Serentak).....	60
5.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
5.6. Uji R^2	61
5.7. Pembahasan Hasil Hipotesis.....	62
5.8. Temuan Penelitian.....	64
5.9. Keterbatasan Penelitian.....	65
5.10. Kesimpulan dan Saran.....	65
5.10.1. Kesimpulan.....	65
5.10.2. Saran.....	66
5.11. Implikasi Penelitian.....	67
5.11.1. Teoritis.....	67
5.11.2. Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Hal
1.1.	Market Share.....	5
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	26
3.1.	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2.	Nilai <i>Range</i> Uji Reliabilitas.....	38
3.3.	Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	42
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	50
5.1.	Uji Validitas Credibility Celebrity Endorser.....	51
5.2.	Uji Validitas Attractiveness Celebrity Endorser.....	53
5.3.	Uji Validitas Power Celebrity Endorser.....	53
5.4.	Uji Validitas Intensitas Pembelian.....	54
5.5.	Uji Reliabilitas.....	55
5.6.	Uji Multikolinearitas.....	57
5.7.	Uji Autokorelasi.....	58
5.8.	Hasil Analisis.....	59
5.9.	Uji t.....	60
5.10.	Uji F.....	61
5.11.	Uji R ²	62
5.12.	Uji Hipotesis.....	62

DAFTAR GAMBAR

Nomor
2.1.

Nama Gambar
Model Penelitian.....

Hal
31

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

DAFTAR LAMPIRAN

Nama Lampiran	Hal
Kuesioner.....	71
Data Tabulasi.....	75
Hasil Uji Validitas Credibility Celebrity Endorser.....	79
Hasil Uji Validitas Attractiveness Celebrity Endorser.....	79
Hasil Uji Validitas Power Celebrity Endorser.....	79
Hasil Uji Validitas Intensitas Pembelian.....	79
Hasil Uji Reliabilitas Credibility Celebrity Endorser.....	80
Hasil Uji Reliabilitas Attractiveness Celebrity Endorser.....	80
Hasil Uji Reliabilitas Power Celebrity Endorser.....	80
Hasil Uji Reliabilitas Intensitas Pembelian.....	80
Hasil Uji Normalitas.....	81
Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Hasil Uji Autokorelasi.....	82
Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
Hasil Uji t.....	83
Hasil Uji F.....	83
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83