

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan Masalah .....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Harga .....	11
2.1.1 Pengertian Harga .....	11
2.1.2 Penetapan Harga .....	11
2.1.3 Dimensi Harga .....	12
2.2 <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.2.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.2.2 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.3 Citra Merek.....	14
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.3.2 Fungsi Citra Merek .....	15
2.3.3 Dimensi Citra Merek .....	16
2.4 Niat Beli Ulang.....	17

2.4.1	Pengertian Niat Beli Ulang .....	17
2.4.2	Dimensi Niat Beli Ulang.....	18
2.5	Penelitian Terdahulu.....	18
2.6	Hubungan Antar Variabel .....	25
2.6.1	Hubungan antara Harga dengan Citra Merek .....	25
2.6.2	Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dengan Citra Merek .....	25
2.6.3	Hubungan antara Citra Merek dengan Niat Beli Ulang.....	26
2.6.4	Hubungan antara Harga dengan Niat Beli Ulang .....	26
2.6.5	Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dengan Niat Beli Ulang .....	26
2.7	Hipotesis .....	26
2.8	Model Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Desain Penelitian .....	28
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	28
3.2.1	Jenis Data.....	28
3.2.2	Sumber Data .....	29
3.3	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	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.5	Unit Analisis.....	31
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	31
3.7	Teknik Analisis Data .....	35
3.7.1	Uji Validitas .....	35
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	36
3.7.3	<i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	37
3.7.4	Uji F.....	40
3.7.5	Uji t.....	41
3.7.6	Koefisien Determinasi .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>42</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1	Karakteristik Responden.....	42

4.2	Teknik Analisis Data .....	44
4.2.1	Uji Validitas .....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	48
4.2.3	Analisis Deskriptif Statistik .....	49
4.3	Path Analysis .....	54
4.3.1	Analisis Jalur Tahap I .....	54
4.3.2	Analisis Jalur Tahap II .....	57
4.3.3	Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II .....	61
4.4	Uji Hipotesis .....	63
4.4.1	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Citra Merek (Y) .....	63
4.4.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X2) Terhadap Citra Merek (Y) .....	64
4.4.3	Pengaruh Citra Merek (Y) Terhadap Niat Beli Ulang (Z) .....	64
4.4.4	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Niat Beli Ulang (Z) .....	64
4.4.5	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X2) Terhadap Niat Beli Ulang (Z) .....	65
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>		<b>66</b>
5.1	Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek .....	66
5.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Citra Merek .....	66
5.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang .....	66
5.4	Pengaruh Harga Terhadap Niat Beli Ulang .....	67
5.5	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Niat Beli Ulang .....	67
5.6	Temuan Penelitian .....	67
5.7	Keterbatasan Penelitian .....	68
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>69</b>
6.1	Kesimpulan .....	69
6.2	Saran .....	69
6.3	Implikasi Penelitian .....	70
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>		<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> (TBI) Sabun Pembersih Wajah .....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Pada Setiap Merek Sabun Pembersih Wajah .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Skala Likert .....	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel Variabel Independen (X1) Harga.....	32
Tabel 3.3 Operasional Variabel Variabel Independen (X2) <i>Celebrity Endorser</i> ..	33
Tabel 3.4 Operasional Variabel Variabel Intervening (Y) Citra Merek .....	34
Tabel 3.5 Operasional Variabel Variabel Dependen (Z) Niat Beli Ulang .....	35
Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....	37
Tabel 4.1 Usia Responden.....	42
Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir Responden .....	43
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 4.4 Frekuensi Melihat Maudy Ayunda Sebagai <i>Celebrity Endorser</i> Sabun Pembersih Wajah Pond's.....	44
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Harga.....	45
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	45
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	46
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Niat Beli Ulang .....	47
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.10 Intrepetasi Nilai Indeks.....	50
Tabel 4.11 Indeks Harga.....	50
Tabel 4.12 Indeks <i>Celebrity Endorser</i> .....	52
Tabel 4.13 Indeks Citra Merek.....	52
Tabel 4.14 Indeks Niat Beli Ulang.....	53
Tabel 4.15 Analisis Jalur Tahap I .....	55
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi Tahap I.....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji F Tahap I.....	57
Tabel 4.18 Analisis Jalur Tahap II .....	58
Tahap 4.19 Hasil Koefisien Determinasi Tahap II.....	59
Tahap 4.20 Hasil Uji F Tahap II .....	60
Tabel 4.11 Koefisien Jalur .....	62

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Produk Sabun Pembersih Wajah Pond’s.....3  
 Gambar 1.2 Grafik Hasil Pra Survey Pertimbangan Harga Sabun Pembersih Wajah  
 Pond’s.....6  
 Gambar 1.3 Grafik Hasil Pra Survey Pengetahuan Logo Pada Sabun Pembersih  
 Wajah Pond’s .....7  
 Gambar 1.4 Grafik Hasil Pra Survey Ketertarikan Melakukan Pembelian Ulang  
 Berdasarkan *Celebrity Endorser* Pada Sabun Pembersih  
 Wajah Pond’s .....8  
 Gambar 2.1 Model Penelitian .....27  
 Gambar 3.1 Hubungan Kausal Sub-Struktur 1.....38  
 Gambar 3.2 Hubungan Kausal Sub-Struktur 2.....39  
 Gambar 3.3 Diagram Jalur Hubungan Kausal X1, X2, Y Terhadap Z.....39  
 Gambar 4.1 Tahap I Analisis Jalur.....56  
 Gambar 4.2 Tahap II Analisis Jalur.....60  
 Gambar 4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II.....61  
 Gambar 4.4 Model Temuan.....62

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey .....	74
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 3 Tabulasi 30 Responden.....	79
Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas .....	83
Lampiran 5 Hasil Output Uji Reliabilitas .....	92
Lampiran 6 Tabulasi 140 Responden.....	93
Lampiran 7 Hasil Output Analisis Jalur Tahap I .....	109
Lampiran 8 Hasil Output Analisis Jalur Tahap II.....	110