

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Pembatasan Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
Tinjauan Teori	9
2.1. Minat Beli	9
2.2. Brand Image	10
2.3. Celebrity Endorser	11
2.4. Word of Mouth	13
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	14
2.6. Hubungan Antar Variabel	18
2.6.1. Hubungan Celebrity Endorser dengan Brand Image	18
2.6.2. Hubungan Word of Mouth dengan Brand Image	18
2.6.3. Hubungan Brand Image dengan Minat Beli	18
2.6.4. Hubungan Celebrity Endorser dengan Minat Beli	19
2.6.5. Hubungan Word of Mouth dengan Minat Beli	19

2.6.6. Hub Celebrity Endorser thdp Minat Beli mel Brand Image..	20
2.6.7. Hub Word of Mouth thdp Minat Beli mel Brand Image.....	20
2.7. Hipotesis	21
2.8. Model Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1. Rancangan Penelitian.....	23
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.2. 1. Jenis Data.....	23
3.2. 2. Sumber Data.....	24
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.3.1.Populasi	24
3.3.2.Sampel.....	24
3.3.3.Teknik Pengambilan Sampel	25
3.4 Unit Analisis	25
3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.6 Teknik Analisis Data.....	29
3.6.1.Uji Validitas.....	29
3.6.2.Uji Reliabilitas	30
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.4. Uji Normalitas	31
3.6.5. Uji Multikolinieritas.....	31
3.6.6. Uji Heteroskedastitas	31
3.6.7.Path Analysis	32
3.6.7.1 Pengertian <i>Path Analysis</i>	32
3.6.7.2 Langkah-langkah melakukan Analisis Jalur.....	32
3.6.7.3 Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.2. Hasil Uji Validitas	39
4.3 Hasil Uji Reabilitas	42
4.4 Analisis Deskriptif Penelitian.....	42
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	49
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	50
4.5.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	50
4.6 Hasil Uji Analisis Jalur.....	51
4.6.1 Analisis Jalur Sub-struktur Tahap I	51

4.6.2 Analisis Jalur Sub-struktur Tahap II	54
4.6.3 Analisis Jalur Gabungan Sub-struktur Tahap I dan II.....	58
 BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
5.1.1 Pengaruh <i>celebrity endorser</i> (X_1) terhadap <i>brand Image</i> (Z)....	61
5.1.2 Pengaruh Word of Mouth (X_2) terhadap brand Image (Z)	61
5.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (Z) terhadap minat beli (Y)	62
5.1.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X_1) terhadap minat beli (Y)	62
5.1.5 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X_2) terhadap minat beli (Y)	62
5.1.6 Pengaruh <i>Celebrity endorser</i> (X_1) terhadap minat beli (Y) Melalui <i>Brand Image</i> (Z)	63
5.1.7 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X_2) terhadap minat beli (Y) Melalui <i>Brand</i> <i>Image</i> (Z).....	63
5.2 Temuan Penelitian	64
5.3 Keterbatasan Penelitian	65
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran.....	66
6.3 Implikasi Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Tabel Top <i>Brand Index</i> produk sampo 2016-2018	2
2.1.	Penelitian Terdahulu	14
3.1.	Skala Likert	23
3.2.	Operasional Variabel	27
3.3.	Kriteria Reliabilitas	30
4.1.	Uji Validitas	39
4.2.	Uji Reabilitas	42
4.3.	Indeks Celebrity Endorser	43
4.4.	Indeks Word of Mouth	45
4.5.	Indeks Brand Image	46
4.6.	Indeks Minat Beli	47
4.7.	Uji Multikolinearitas	50
4.8.	Hasil Uji t Celebrity Endorser	52
4.9.	Hasil Uji F Celebrity Endorser	53
4.10.	Koefisien Determinasi Celebrity Endorser dan Word of Mouth	53
4.11.	Koefisien Regresi dan Hasil Uji t	55
4.12.	Uji F Celebrity Endorser, Word of Mouth terhadap Minat Beli	56
4.13.	Koefisien Determinasi Celebrity Endorser dan Brand Image	57
4.14.	Hasil Perhitungan Setiap Variabel	60

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1.	Celebrity Endorser sampo Clear.....	2
1.2.	Hasil Pra Survei Celebrity Endorser.....	4
1.3.	Hasil Pra Survei Celebrity Endorser.....	4
1.4.	Hasil Pra Survei Word of Mouth.....	5
1.5.	Hasil Pra Survei Word of Mouth.....	6
2.1.	Model Penelitian.....	22
3.1.	Hubungan Kausal Substruktur persamaan 1	32
3.2.	Hubungan Kausal Substruktur persamaan 2	33
3.3.	Diagram Jalur Hubungan Kausal X_1 X_2 Z terhadap Y	34
4.1.	Responden Jenis Kelamin.....	36
4.2.	Responden Usia.....	37
4.3.	Responden Pembelian.....	37
4.4.	Responden Pendapatan.....	38
4.5.	Uji Normalitas.....	49
4.6.	Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.7.	Konstruksi Diagram Tahap I.....	54
4.8.	Konstruksi Diagram Tahap II.....	58
4.9.	Analisis Gabungan Tahap I dan II.....	59